

■ 全球化背景下的传媒现状与发展

——“全球化市场化高科化时代的大众传媒”国际学术研讨会综述

2003-12-15

作者：钱峰

关键词：全球化 市场化 大众传媒 高科化 | 阅读：446次 |

由上海大学影视学院、上海大学传媒研究院以及上海文广新闻传媒集团联合主办的“全球化市场化高科化时代的大众传媒”国际学术研讨会于2003年12月2日至4日在上海大学隆重举行。来自美国Syracuse大学、南加州大学、夏威夷大学、法国里尔高等新闻学院、瑞典Jönköping大学、新西兰制片公司、香港中文大学、香港城市大学、台湾铭传大学、台湾中国文化大学、台湾昆山科技大学、台湾艺术大学以及中国内地清华大学、北京大学、中国人民大学、北京广播学院、中国社科院新闻研究所、中国青年政治学院、复旦大学、上海外国语大学、上海体育大学、武汉大学、华中科技大学、南京大学、浙江大学、暨南大学、广西大学和上海大学等40余家高校、研究机构以及传媒集团的90多名新闻传播学专家、学者们齐聚一堂，围绕着“全球化市场化和高科化时代的大众传媒”这一主题，提交了60多篇有水准有分量的论文，并有40多位专家发表了精彩的主题演讲，就全球化背景下各类传媒现状与发展、转型期中国传媒面临的挑战、传媒道德建设与实务变革等诸多方面进行了研讨。

全球化、市场化的概念出现于20世纪90年代初，而随着中国加入WTO，“全球化、市场化以及高科化时代的大众传媒”课题已经进入传播学界研究的中心，学术界对此有着多重的理解与不同的分析，所以有必要对此话题进行多元的讨论，明确还很模糊的关于此话题的一些概念和看法，从而对新时期中国传媒的发展与现状研究起到积极的引导作用。

1、传播学基础与理论研究

美国是传播学的发源地，并且形成了以实证研究为特色的传播学研究学派。来自美国Syracuse大学的帕米拉·休梅克教授和南加州大学的桑德拉·鲍尔—洛基奇教授是当代美国实证研究的权威人物，长期致力于传播学基础研究。此次研讨会上，她们均提交了重量级的实证性研究报告。

美国南加州大学Annberg传播学院“传媒生态变化”课题组的桑德拉·鲍尔—洛基奇（Sandra Ball-Rokeach）教授的主题报告《从“媒介系统依赖”到“传播基础结构”：“媒介系统依赖论”发展回顾及新概念》（Media System Dependency to communication Infrastructure: A Review of the Evolution of MSD theory and A proposal for a New Concept）在大量实证的基础上总结概括出“传播基础结构论”不同于“媒介系统依赖论”的四个方面：“传播基础结构论”能够更广泛地将人们日常生活中可获得的所有传播形态包括进去；“传播基础结构论”中提出的“社会轶闻传播系统”（Storytelling System）概念，明确地将叙述同社会学分析融入一个框架；与“媒介系统依赖论”相比，在“传播基础结构论”中，个人被认为是“社会轶闻传播系统”中较为积极的参与者，同宏观和中观层面的传播渠道产生互动；“传播基础结构论”在解释被“媒介系统依赖论”称之为人们的个人和社会环境的概念中，采用了更为扎实牢固和更为具体的方式。值得一提的是，桑德拉·鲍尔—洛基奇教授有创意地提出了“中观”的概念，为与会专家提供了一种新的研究视角。

美国Syracuse大学的帕米拉·休梅克（Pamela Shoemaker）教授则通过对10个国家共3,200条新闻消息的内容分析实证研究，阐述了全球范围内人们对新闻的认识和感兴趣的原因，她所做的假设是反常性与重要性，而实证的结果却是体育才是人们最关注的话题。

桑德拉·鲍尔—洛基奇教授的学生邱林川博士在会上宣读了他和导师一起写成的论文《构建分离性：电话与因特网在珠江三角洲地区的发展》，论文聚集于中国南方的珠江三角洲地区的电话与因特网的社会建设，应用了“传播基础结构论”作为其理论框架，首先确定珠江三角洲地区电讯传播基础设施发展的组成部分，包括主要的背景因素，以及主要的“社会轶闻传播者”，并随之考察传播社会轶闻的电讯同社会分离性的动力因素之间的关系，后者是网络扩展意想不到的后果。

2、新媒体研究

互联网与新媒体研究一直是传媒研究的热点。香港城市大学的祝建华教授的主题报告《从“国际信息与传播新秩序”的“知识沟”到“数码沟”：互联网研究热门话题之来龙去脉》介绍了“媒体领域论”、“新媒体需求论”等新理论概念和“数码沟指标”等新方法，用于将“数码沟”从一个比喻提升为科学概念、将有关研究从非理论化的猜想提升到了严谨的学术探讨。

清华大学的熊澄宇教授论述了新媒体时代的分众传播，他认为，新媒体时代是一个不断发展、变动的动态的过程，网络作为新媒体不是终结，媒体及媒体形态的发展越来越向人性化的方向发展。熊教授指出，新媒体时代各个媒体的边缘越

请输入您要搜索的关键词



jin 文章 jin 动态

SEARCH >>

■ 上一篇 PREVIOUS

MORE >>

• 参与式影像与参与式传播

作者：韩鸿 | 1900-01-01

1999年，世界银行调查每天生活水准不足1美元的6万名贫民，影响他们发展的最大障碍是什么。回答不是食品、住房或医疗卫生，而是自我发声的渠道。[1]如何在媒介生态的建设中，给弱势群体尤其是农村弱势群体一种声音，……

■ 下一篇 NEXT

MORE >>

• 我国网络立法现状分析

作者：严文明 | 2003-12-15

联网的高速发展，人们的生活方式也随之发生了深刻的变化。现在人们通过互联网了解世界、查询资料、购买货物、订购机票等等，可以说互联网已经渗入到人们生活的方方面面。然而，任何事物都具有两面性，互联网在推动人……

■ 动态 NEWS

MORE >>

- 赵月枝教授获批长江学者讲座教 2009-10-18
- 国际青年影像季2009-2010 2009-10-18
- 2009互动电视（中国）峰会通告 2009-10-18
- 首届中国少数民族地区信息传播 2009-10-13
- 香港浸会大学第三届普利策新闻 2009-10-03

来越模糊，越来越融，概括来说就是“并存互补、融合创新”。传统的大众传播是一点对多点，更多的代表政府，分众传播则承认差异，尊重个性，这是一个进步，体现了更人性化的需求。

香港中文大学的李少南教授和两位同事在他们的论文《全球化的影响：迈向智能社会》中探讨了因互联网和资讯及通讯科技发展所带来的即时互动，以及由这种互动衍生出的智能社会新模式，他们认为，资讯及通讯科技愈来愈重要但也带来很多问题；全球化、工作弹性、多重身份阻碍了共同思想的形成，但也推动了个人化、多样性以及创造性的发展；部分人未能在心理上和文化上适应社会而产生“无家的感觉”（homeless mind）；以客制化（Customization）方向解决问题不但可以节省资源和时间，也提高了解决问题的机会；资讯及通讯科技在过去几十年的发展，使时间和空间得以压缩，增加了人们的互动能力和智能化的行为。

台湾艺术大学的叶蔚明教授则从数位摄影谈到了传播教育。通过数码相机这种新的媒介形态对社会产生的影响，而论述了数位时代传播教育的新契机和对数码摄影专才的发掘和培养。

3、媒体经济与经营管理研究

在经济全球化和传媒全球化的大背景下，传媒经济与经营管理研究一直是传播学界倾注热情的话题，在本次研讨会上，同样受到了与会的国内外学者的普遍关注。瑞典Jonkoping大学的罗伯特·皮卡德（Robert Picard）教授从宏观的媒体经济研究的角度探讨了媒介公司及其活动的国际化与全球化，主要聚焦于传媒跨国活动的根本原因，传媒公司有效运作的要求，应用的方法，以及世界市场所受到的结构上的和经济上的制约。并提出了一个新的研究课题，即媒体产品的国际化、全球化，其成功的秘诀应该是什么？是经济实力、价值观念、表现手段还是市场效果？

法国里尔高等新闻学院的Thierry Guidee教授则以《西方媒体的发展趋向与媒体的市场化》为题作了主题报告，Thierry Guidee教授指出，欧洲一些传统大国的平面媒体都面临着二战以来最大的危机，而一些发展中国家如印度、巴西和中国的媒体却正在兴起。他从广告市场的萎缩、日报的危机和媒体狂潮在全世界的扩张三方面探讨了西方媒体的发展趋向，并以实证的方法研究了西方媒体的集约化问题，他认为，集约化是媒体今后面临的巨大挑战。

香港中文大学的陈韬文教授做了题为《跨境电视公司和大中华地区的电视区域化：过程和策略》的主题报告，对全球化背景下电视媒体的市场化和区域化策略研究进行了讨论。他探讨了大中华地区电视市场的形成，以及如何引进区域化概念来弥补全球化视角在解释跨境电视的型式（Patterns）中的不足。

台湾铭传大学广电系主任蒋安国教授以台湾东森集团员工的工作压力与工作满意为例，对台湾数字媒体平台的人力资源管理进行了实证研究。他的研究得出了三个结论性假设：在“大编辑台”各构成面上对工作压力各构面有显著影响；在“大编辑台”各构成面上对工作满足各构面有显著影响；工作压力各构面对工作满意各构面有显著影响。他提出的“大编辑台”（即数字媒体整合为一的平台）的概念引起了与会专家的讨论与兴趣。

台湾中国文化大学新闻研究所的郑贞铭教授比较全面地评议了全球化背景下传媒业的兼并与整合，他认为，集团化带来了规模的效益，兼并与整合不可避免，市场成为主要的动力对传统新闻思想有一定的冲击，如何维系新闻人的传统精神和传媒责任成为一个重要的研究方向。北京广播学院的王宇博士则分析了几种常见的媒介并购的风险：多付风险、经营风险、文化风险。并以美国在线/时代华纳的“世纪合并案”为例分析媒介集团如何进行有效整合才能真正实现并购的协同作用并避免并购带来的可能风险：战略整合、资源整合、人事整合。

中国传媒的经营管理是研讨的热点之一。上海文广新闻集团总裁黎瑞刚教授以一个媒介经营者的身份，从业界的角度提出了“中国媒体面临的巨大挑战是资源整合”这一命题。他认为媒体的资源不仅仅只是一些固定资产，更是品牌、版权、发行网、人才以及技术等，所以对于处在转型的中国传媒，对内应该以市场为驱动力对行政性传媒结构进行化合；对外以市场为驱动力对相关性传媒资源进行吸纳。浙江大学的邵培仁教授和博士生陈兵在提交给大会的论文《论中国报业集团管理改革中的八大悖论》中提出并分析了报业集团管理改革中存在的八大悖论：报业集团的产权（是公益事业还是文化产业）、定位（是报业集团还是“翻牌公司”）、行业结构（个体理性还是群体理性）、力量（先做大还是先做强）、重组（市场行为还是行政意志）、规模（是越大越好还是越小越好）、目标（公益化还是商业化）和经营（多元主义还是专业主义）。

上海大学的李海林教授则以《华语电视的全球性拓展》为题，指出了华语电视要进行全球性拓展的关键，认为外宣是主导，市场化和多轨制是重点，本地化非常重要；华语电视不用为身份自卑，民族化首先要做强，才能保持自身的优势与特点，他指出当代中国传播学研究存在“学界滞后于业界”的问题，需要引起重视。

上海大学的张咏华教授对全球化背景下的上海传媒业进行了分析。她的论文突出了研究传媒作为增进中外相互了解的渠道这一论题，同时探讨了传媒更好地实现服务于增进中外了解这一目标的方式。

4、全球化与文化透视

经济全球化和传播全球化的影响是多方面的，文化方面的影响是首要的，也最受学术界的关注。夏威夷大学中国研究中心的Chenshan Tian博士介绍了全球化大背景下一个有趣的事态（Scenario），在这种背景下，传媒学者和批评家给我们提供了同样的叙述的另类可供选择的版本。此外，论文还审视了这一另类版本的要点，该版本与传媒改革的话语在中国发出的讯息形成对照。这些要点包括：大商业公司为自由企业的行业协会辩护的传媒意识形态宣传的根源；商业媒体的单一全球市场的形成；全球传媒所有权集中到少数私人业主手中；传媒私人控制同民主的矛盾；自由和独立的媒介的神

话正在侵蚀公共领域等等。

清华大学的刘建明教授对影视作品全球化的传播张力进行了阐述，他认为，只有先进的民族文化才能国际化，影视片全球渗透的张力是一种艺术发散力，不具有强权施压的性质。抵御先进文化的“入侵”本身不是一个科学的命题。任何国家只能以更先进的影视艺术参与全球竞争，不断与外来影视艺术作品交流、融汇，才能实现本国影视文化的全球化。上海大学的戴元光教授和博士生邱宝林在提交的论文中，站在国际化的立场上，从传播内容、传播方式和传播效果三方面入手，检讨全球化语境下中国电影文化传播策略上的失误与偏颇，探获中国电影的文化传播策略。

台湾昆山科技大学的李天铎教授以批判的眼光对美国/日本/亚洲与台湾流行文化的位阶关系进行思辨，这种全新的视角得到了与会专家的称许。他认为，日本之所以能成功将本土“西方化”，要归究于它能把自己从所处的亚洲位置抽离出来，并且将自己符号化为可移动的文明载体，以进入以西方为核心的世界体系。

上海大学的许正林教授对电视全球化与文化影响作了论述。他指出了电视传播全球化的多方面影响：促成大众社会、民主社会的形成，媒介的意识形态性仍然存在，电视的社会功能事实上发生本质性改变，公共性让位于产业性、商业性，而其文化上的影响是在正反两个方面的，更是深刻的。

武汉大学的单波教授阐述了现代中国传媒与社会、文化发展的关系。他指出，传统性、现代性和后现代性在现代中国代表着三种发展观和三种力量，它们共存于中国社会、文化发展的框架之内，它们之间的张力和搏击正是推动中国社会、文化发展的重要契机，同时，也形成了建构媒介与中国社会、文化发展关系的合力。

5、市场经济与中国传媒及WTO的影响研究

市场经济中的中国传媒正处在一个转型与发展期，与会专家从不同的角度，运用多种研究方法对此进行了有益的探讨。复旦大学新闻学院的童兵教授和博士生姜红认为，转型期的中国大众传媒正处于市场经济的十字路口，中国传媒的性质复杂含混和多重性导致了诸种问题：中国大众传媒在市场经济中作为独立市场主体和企业法人的身份不明，产权不明；传媒在市场经济中应该享有的机会平等和公平竞争难以落实；“多重属性”引发当前传媒法律身份的含混；“多重属性”还让媒介和媒介从业人员的职业身份陷入尴尬。进而指出了未来中国大众传媒的出路正是要走出这个十字路口：一要制度创新，二要观念创新。上海大学的郑涵博士同样对徘徊在历史性的十字路口的中国大众传媒产业的发展进行了反思，他认为，“事业性质企业管理”的传媒体制是中国大众传媒产业发展的严重误区，并提出了自己的观点：“党管传媒”不等于“党办传媒”，后者只是前者的具体实现形态之一；“党管传媒”的宗旨是繁荣社会主义传媒产业；坚持马克思主义的历史唯物主义，反对传媒社会作用认识上的唯心主义；逐步放开以消费文化为主的传媒产业，对中国社会的稳定不会造成冲击。

北京广播学院的陈卫星教授对中国自改革开放以来所产生的社会经济制度转型对传播观念的引导作了精辟的论述。他认为，首先，经济改革产生开放性经济结构，社会利益结构被分化重组，传播的社会张力形成；其次，生产主体的自由意志与调解利益的公共政策进行博弈，社会关系状态和社会主体行为的交叉通过大众传媒展现出来；最后，信息传播技术促进建立了新型的社会关系，通过媒介操作层面上所表现出的经济制度和文化资本的表象构成一个社会的和政治的生产状态。

中国人民大学的喻国明教授则对中国传媒处于转型期的现状做了简要的描述。他认为，转型是关于传媒发展的价值取向的转型，中国传媒经历了从“喉舌论”到“媒介产业论”的转型，权力资源的重新分配推进了媒介产业化的进程。喻教授还对SARS时期的流言控制提出了自己的看法，仅仅依靠传媒垄断去控制流言是不可能的，必须建立在政府体制改革的平台上，从全能政府转化为有限职能政府。

上海大学沈荟博士的报告《传媒、市场与公众利益》通过对市场机制以及不完善的市场体系的分析，认为法律法规、政府以及公民个人是使中国传媒业合理化运行的三要素。

南京大学的丁柏荃教授和胡茵茵老师对“入世”以后中国新闻传播业的生存环境进行了考察并得出了四个方面的结论：中国经济环境的变化莫测对新闻传播发展构成较大影响；新闻传播业内部及与业外对手的竞争呈现新的态势；与新闻传播业相关的法制的变化使新闻传播管理工作需要做出相应的调整；传媒受众的生存状态和价值观念的变化对新闻传播业也有一定程度的影响。北京广播学院的郭镇之教授提交了《按规则游戏？中国进入WTO与电视规则》的论文，检视了在转型期中的中国电视规则的发展变化。与人们普遍乐观的估计不同，她认为，尽管中国广播电视的法制管理的进步是巨大的，但目前对中国电视的规则措施限制多于“解放”，更偏向行政而不是法制，因此，中国的规则改革与真正的法制距离尚远。

6、传媒实务及道德建设研究

中国传媒的实务变革受到关注。复旦大学的张骏德、叶昌前两位教授就中国电视现场直播伊拉克战争、央视成立全天候新闻频道、东方卫视实施跨地区新闻传媒发展战略、电视深度报道的变革等中国电视革新的实例，探讨引起的新闻报道理念的变化。

华中科技大学的孙旭培教授在主题报告《从萨斯危机看中国传媒的新闻自由与保守国家秘密》中，对中国传媒为什么会在保护公众利益和保守国家秘密之间处于两难境地的问题进行了反思。他认为，中国传媒早期没有报道萨斯危机有其必然性，而要扩大传媒的报道自由有两条途径：减少行政干预，逐步做到“法无禁止即自由”；确立“公众利益可以作为

抗辩理由”的原则。

华中科技大学的申凡教授和他的学生在受众调查的基础上，结合信息理论、心理学的相关知识，研究了事件性新闻的传播过程，从时间、信息结构、受众心理、媒介特性四个方面分析了事件性新闻的梯级传播关系，以及受众在这种关系下心理特征的满足，并指出了梯级传播对于媒体的价值。

上海体育大学的任广耀教授和肖鸿波老师分析了中国体育媒体的市场生态及未来走向。他认为，目前的体育媒体市场生态的良性特征是空前绝后的，在如此良好的市场生态中，体育媒体应该积聚资源，扩大竞争规模，积极参加国际合作，在国内外的新闻竞争中脱颖而出。上海外国语大学的郭可副教授和她的学生以央视英语频道（CCTV-9）为个案对中国英语电视媒体的国际影响力进行了分析。上海财经大学的林晖博士则从四个方面对中国报业竞争结构进行了探讨，即早报与晚报、大报与小报、综合报与专业报、厚报与薄报的关系。

传媒道德建设问题近年来成为新闻传播学研究的热点之一。广西大学的商娜红博士以《新闻职业的道德追问——职业主义视角下的英美新闻自律》为题，从新闻伦理的核心命题——职业主义入手，将制度伦理的研究成果引入，分析新闻职业主义、制度伦理与新闻自律的内在理路，透视新闻自律与新闻职业主义的共生机制。结论提出新闻职业道德的形成和建设必须在职业化群体之中，其道德运作的方式应以制度伦理为主。

7、传播学理论建构的探讨

中国新闻传播学已经进入“多角度学术化发展阶段”，对传播学理论建构的探讨也成为此次研讨的一个重要方面。中国人民大学的陈力丹教授综述了当前中国新闻传播学学科发展的特点与问题，他重点阐述了中国新闻传播学从1992年至今的十个标志性情况，分析了近年自然形成的四方面话题，并谈到了新闻传播学研究中存在的五个问题。他认为，传播现象贯穿于与人类相关的一切事物和活动中，各个学科都面临着从本学科角度出发的各自的传播问题，新闻传播学进入各个学科或借鉴其他学科而丰富自身，也成为趋势。

暨南大学的吴文虎教授以清华大学建筑系周正楠博士的学术专著《媒介·建筑：传播学对建筑设计的启示》为实证，提出“传播理论的跨学科研究是一项有待深入探索的重大课题”的命题，呼吁应该拓展传播学与非相关学科的整合研究。

中国青年政治学院的展江教授通过介绍拉斯韦尔和他著名的《世界大战中的宣传技巧》一文，进而分析了宣传的国际化现象，即与战争、意识形态和商业的关系，并对宣传与新闻在中国国情的运用与理解作了独到的分析。

浙江大学的吴飞博士对全球化背景下的传播法哲学思想——“思想市场”理论进行了评析。他认为，在思想传播领域，确实存在“市场失灵”和“政府失灵”的问题，这是一个两难的选择：偏向于市场的选择并不是彻底放弃政府的适当调控；削减“市场失灵”的有效补充方式是信息传播者的自律。

话题的开放和观点的多元组成研讨会的主要特征。本次研讨会特别令人兴奋的是交流的活跃和观点的碰撞，在紧凑的研讨期间有相当多的观点碰撞、争论和辩论。尤其值得一提的是清华大学的刘建明教授与上海大学的林少雄教授之间的一场论争。刘教授提出“民族的不一定是世界的，只有先进的民族文化才能国际化”的论点，对此，林教授进行了质疑：先进的民族文化的判断标准究竟是什么？两人的论争涉及了一个衡量的标准，虽然最终没有达到统一的意见，但这种争论体现了真正意义的研讨，同时也显示出，在同一领域，我们需要更多形式和内容的学术研究，也需要更多形式和内容的学术交流。

与会专家学者们的精彩报告和热烈讨论为我们带来了一些理论与方法上的启示。香港城市大学的祝建华教授在总评中指出，无论是全球化、市场化还是高科化，都是背景，是理论导向，专家学者们超越时间、空间、媒体和问题的特殊性而探索普遍的规律；跨社会和跨文化的比较研究使得研究结论更具说服力；多种研究方法的交叉印证（定量与定性、宏观与微观、横端面与纵向追踪的互相核实）体现了学术的严谨。复旦大学的丁淦林教授和上海大学的戴元光教授都认为，“全球化市场化高科化时代的大众传媒”国际研讨会是一个开始，一次有益的尝试，它所带来的一些新课题还有待我们去解决：媒体产品的国际化、全球化成功的秘诀是什么？传媒在市场调节中如何保护公共利益？中国传媒如何走出市场经济的十字路口？如何理解中国传媒的转型期？等等，这些问题都值得我们去研究和探索。

（本文写作得到上海大学影视学院许正林教授的悉心指导）

作者：上海大学影视学院研究生

上海市延长路149号180信箱 200072

（责任编辑：）

收藏本文

； 打印本页 ； 关闭窗口 ；

读者留言

用户名: * 密码: (游客) 请在用户名处输入化名, 无需密码

邮箱: * 游客发言需提交邮箱

效验码: * 请输入: 5102

评论内容: 不能超过250字, 需审核后才会公布, 请自觉遵守互联网相关政策法规。

[▲ 返回首页](#)

[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](#) |



© 2001-2009 中华传媒网版权所有 京ICP061016

Copyright © 2001-2009 MediaChina.net All Rights Reserved