

<<全球化与文化间传播>>

图书基本信息

书名：<<全球化与文化间传播>>

13位ISBN编号：9787810851480

10位ISBN编号：7810851489

出版时间：2004-5

出版时间：北京广播学院出版社

作者：郭镇之 编

页数：369

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<全球化与文化间传播>>

前言

2002年4月13日、14日，北京广播学院广播电视研究中心在北京举办了一次“国际关系与文化传播”国际学术研讨会。

这次国际会议以国际关系、国际传播与文化间的交流与传播为研讨的中心，目的是建立中外学者之间的学术联系，促进中国学者在这一领域的学术研究和学术交流，并推动“国际关系与文化传播”学科的建设。

通过研讨会，也希望发现一些新的研究方向和课题，推动中国学者采用能与国际传播学研究“接轨”的途径和方法，将中国的国际传播和文化传播研究推向世界。

在本书中发表的论文就主要来自这次会议。

此外，我们也从其他途径征集了一批这个领域中的精选论文。

应该承认，目前中国内地在这个研究领域中还缺乏建树。

因此，邀请到来的与会国际学者的强大阵容便成为这次会议引人注目的特征。

在研究国际传播方面颇有建树的华人学者赵月枝和洪浚浩两位博士的具体协助下，这次会议邀请到了来自加拿大、美国、澳大利亚、比利时、芬兰、日本、韩国7个国家及中国香港、澳门、台湾地区的近30位学者参加。

在与会的多位著名国际学者中，有曾经在20世纪六七十年代为联合国教科文组织研究国际电视流通，并因而掀起“国际新闻与信息传播新秩序”争论的芬兰学者卡拉·诺登斯顿；有研究国际传播媒介政治经济理论的加拿大学者文森特·莫斯考，他的名著《传播政治经济学》一书在中国有广泛的影响；有研究媒介政治经济学的美国学者丹·席勒，他不仅是传播政治经济学批判学派的领袖赫伯特·席勒的儿子，而且是其父精神的传人，他的《数字资本主义》一书已经在中国翻译出版；有从事国际传播和语言文化研究的澳大利亚著名学者约翰·辛克莱尔，他对拉丁美洲和亚洲的传播以及地理语言与传播的关系有深入的研究；有研究传播政治经济学的美国著名女学者简妮特·瓦斯考，她对好莱坞近年来国际发展的研究产生了世界影响；有对多国、特别是对俄罗斯进行专门研究的国际传播著名学者约翰·唐宁，他曾担任系主任的美国奥斯汀得克萨斯大学广播电视电影系在美国的大学同领域中首屈一指；还有来自比利时的国际传播著名学者杨·维，他曾与此次也来参会的台湾交通大学女教授汪琪等共同主持过对亚洲传播景观的国际研究，该书（《新传播景观：解密媒介全球化》）在国际上影响很大；还有编著过多本新闻传播学教材的资深教授艾米欧·麦坎南尼。

有这么多国际知名学者参与研讨，带来国际传播与文化研究的最新信息，并将这些领域研究的前沿话题直接引进中国内地，是十分令人兴奋的。

这次会议也吸引了来自港澳台的研究国际传播的一些知名学者参加，其中包括研究国际传播和文化传播的香港中文大学的教授陈韬文、李少南等。

还有一批较年轻的港澳台学者提交论文或者参加会议。

较之内地在这一领域的研究，港澳台学者，包括海外华人学者的研究起步早，方法新，对世界的了解更多，知识更丰富，观念也更加开阔，他们可以与世界直接对话，成为联系中国与世界学术界的极好桥梁。

有近50名内地学者提交了论文或参加了会议。

这些参加会议的国内学者大多是比较熟悉国际传播研究的中青年学者专家，他们都在各自的领域里辛勤耕耘着。

<<全球化与文化间传播>>

内容概要

《全球化与文化间传播》汇集了来自加拿大、美国、澳大利亚、比利时、芬兰、日本、韩国7个国家及中国港澳台地区的不同声音，共同诉说全球化与文化间传播领域的多种课题的观点和见解，成为联系中国与世界学术界的桥梁。

<<全球化与文化间传播>>

书籍目录

前言全球化与文化传播文化间传播与文化多元化：一个世界，多种文化 杨·赛维国际权利与文化——一种语述道德思路 托马斯·杰考卜森电视全球化与文化认同：亚洲背景下的理论思考 陈韬文“全球化”的论述下香港人如何看待外来电视 李少南全球化时代公共广播电视的前景 尹荣喆人民、文化与传播作为全球空间的地理语言区域——拉丁美洲个案 约翰·辛克莱尔中·韩·日三国文化交流方式的比较 王少锋人、图像和地方：理解流动的新方式 孙皖宁多元的传播理解的世界 吴信训 堑闻与跨界传播 信息社会寻求新起点的新闻学 卡拉·诺登斯顿不寻常的新闻遗漏：美国精英媒体对贫铀弹新闻的报道 吴玫新闻网站作为“数码市集”的发展——比较五个地区新闻网站的表现 苏钥机李月莲国际电信网络的历时分析（1978~1999） 乔治·巴内特文化产品与全球市场全球好莱坞及其新发展 简妮特·瓦斯考 全球化与文化产品的混杂化 汪琪国内和国外娱乐产品之间的竞争 崔良珠——韩国娱乐市场的结构分析 文化传播语文化比较西学传播：表意斗争个案研究 肖小穗组织中上行影响策略之研究——比较西方及中国式上行影响策略之差异 李秀珠 迟嫫儒文化冲突与传播俄语在今日乌克兰的命运 刘秀文经济全球化背景下的中西方文化冲突与融合 赵振宇国际与文化间传播研究试论国际传播研究与跨文化交流研究的异同与互补 关世杰学术本土化与全球化之辩：一个突创的观点 赵雅丽华人学者的国际传播研究：进展、局限与挑战 洪浚浩

<<全球化与文化间传播>>

章节摘录

另外一个促进电视全球化的重要因素是信息技术的进步，它对于传播政策的制定和执行有着重要的影响。

过去，只要一个国家的政府有足够的政治意志，它就能够禁止外国的电视节目入口。

但是，信息技术的进步大大减弱了这项控制能力。

即使像录像机这样简单的技术，已可使盗版和影视制品的非法流通变得十分容易。

随着VCD和DVD的普及，来势更是变本加厉。

有了卫星电视，来自国外的电视信号理论上在一夜之间即可进入亚洲人的家庭。

虽然STAR TV的渗透因国而异，有些国家已经为此渗透而放松或取消本国的电视管制。

在一个竞争的环境中要实行严密的文化保护政策不是容易的事。

亚洲政府一直致力于建立卫星和有线系统，以在本国促进多频道的电视服务。

但是随着频道数量的增多，更多的外国节目却随之流入。

比如，当马来西亚政府允许本国集团提供卫星和有线电视服务时，其本国的节目制作能力却远远滞后。

为了填充节目空档，这些频道不得不求助于进口的电视节目。

这种情况也发生在新加坡的SCV以及许多其他国家的商业电视台和一些区域性的电视公司中。

在中国，近年来有线网络的发展也激化了对外国传媒产品的需求，为电视全球化创造了更大的空间。

文化认同的稳定性 在亚洲地区，随着电视全球化的步伐，人们越来越多地接触到外国的电视节目或受到外国电视文化的影响。

我们不禁要问：这些变化是否会导致文化身份的重构呢？

文化身份归根结底是各种社会力量作用的结果，其中当然包括电视叙述的影响。

文化认同其实是相当“固执的”，有它的稳定性，我们不应高估电视全球化对文化认同带来的冲击。

至于文化认同的稳定性则是跟以下这些因素相连的：本地节目最终的吸引力、文本的多义性、民族国家的根本意义和电视本土化与全球化的辩证关系。

本土电视的终极吸引力与文本的多义性 决定人们是否会转看外国电视节目的重要因素是本土电视的竞争力。

一般观众对本土电视节目总是有所偏爱的，只有当他们发觉外国的电视节目比本国的电视节目在技术上更加高超、内容上更为有趣和形式更加多样时，观众才可能弃本土节目而选外来的电视节目。

只要制作质量相当的话，本国的文化产品总是更具吸引力。

不同的研究都表明，最受欢迎的电视节目主要都是本土生产的。

汪琪（Wang 1993）发现，亚洲7个国家中，名列前20名的电视节目绝大多数都是本土制作的。

随着国际电视系统的渗透，大部分亚洲国家都尝试加强本土的电视节目来抵御西方电视目的影响。

这一政策目前看来是成功的。

沃特曼（Waterman）和罗格斯（Rogers）（1994）对9个东亚国家的34个电视台的节目进行分析，他们也发现这些国家对进口节目的依赖已逐渐减少，其中有7个国家的本土节目占总节目时间的份额超过了60%。

本土文化产品的竞争优势在于它们拥有文化相近性——熟悉的语言及文化背景使本土传媒产品更容易被受众理解和产生共鸣。

对非英语国家的观众来说，美国和英国的文化产品都存在 语言和文化上的障碍。

正如辛克莱尔（Sinclair·）（1997）观察到的，文化和语言的差异构成了外国节目流通的障碍，使外国节目的影响远不像文化帝国主义论所预言的那样厉害。

由于这种竞争优势，本土文化产品在与占有丰富资源的西方文化产品竞争时，并不一定会输，这一点已在日本的经验中得到证明：日本不仅经受住了西方产品的冲击，而且自身也已经从一个进口国家转变成了一个出口国。

观众不仅偏爱本土的电视节目，他们常常还会对外来电视节目进行本土化和个人化的阅读。

最著名的例子就是列贝斯（Liebes）和卡斯（Katz）（1990）对以色列观众对美国电视剧（Dallas）的解

<<全球化与文化间传播>>

读研究。

他们发现，由于观众归属于不同的“诠释性社群”，一个电视文本在观众中通常会受到各种不同的诠释。

这项发现正好印证了霍尔（Hall, 1973）提出的文本“多义性”（polysemy）的概念。

霍尔用这个概念说明文本的开放性：一个文本可以引发多种解读：顺从式解读（preferred reading）、对抗式解读（oppositional reading）和协商式解读（negotiated reading）。

确实。

正如劳尔（Lull）（1991）的研究所证明的，即使同是中国的观众。

他们也是采用多样的方式来解读电视节目的，当中包括从优势解读到对抗式解读的多种诠释方式。

因此，研究者在讨论电视全球化的传媒效果时，应该充分关注观众的能动性，而不只是满足于内容分析和节目流向分析，不能对文化帝国主义论所假定的受众效果照单全收。

虽然我们强调文本的多义性原则，但这并不是说，电视节目就没有什么重要影响，或是它的后果可以忽略。

我想强调的是，观众们在选择性解读节目的时候，通常都受到自己的身份和处境的影响。

这一点在信息类节目如新闻节目中显得尤为突出。

例如，在“9·11”事件中。

世界各地人民看到的电视画面大致是一样的，但是彼此对世贸大楼倒塌的反应则不相同。

尽管在西方世界，大部分人都认为这是恐怖分子所为，对他f瑚行动表示谴责，但在一些亚洲国家，不少人却为这场攻击欢呼鼓舞。

认为美国是“活该”的。

由此可见，人们观看电视时的参照群和参照系基本上是本土的，是从属于民族和国家的。

文化认同，尤其是民族认同，是基于血缘、宗教和民族性等相对固定不变的因素等基础上的，因此一个民族的文化认同也具有相当强的稳定性。

不管是通过政策控制或是基于市场考虑，任何国家的电视基本取向都是民族主义的，认同本土文化的。

其他影响文化认同的因素，像学校教育和家庭社教化等在长时间内通常都比较稳定，人们的文化身份很难因为仅仅观看外来电视而产生重大的变动。

当然，观众有可能用外来的电视形象表述自己身份，但是这种表述很少会导致文化身份的自我否定。

民族国家的根本意义 全球化使得一些学者相信，一个社区或一个民族国家。

已经越来越不能简单地通过物理的边界来界定了，而是通过“传播网络和符号边界来界定”。

尽管自全球化发端，民族国家的自主性稍有转弱的倾向，但它对于人们的文化认同仍然是最具决定性的。

在关于边界和民族身份的话语中，行政国家仍然是一个基本的参数。

在当代，虽然民族国家的边界在西欧一部分地区因欧洲一体化而变得模糊，但领土划分仍然是世界的规范，国家为了边界争议而对抗仍是惯见的现象。

国家主权的意义本身已逐步发生变化，可是，行政国家仍然是生活在边界内的人口的惟一国际代表。

国家边界既保护这个人口不受外界暴力的威胁，它自身也构成了一种“暴力”的形式：民族国家在提供构成身份的前提的同时，也排除了许多其他认同的可能性。

这说明，即使我们说国家边界是人为划定的，但它对生活在这个社会的人来说，却有着深刻的符号、文化、历史和宗教意义。

.....

<<全球化与文化间传播>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>