

教育部“211”工程项目

新闻与传播 评论

JOURNALISM & COMMUNICATION REVIEW

武汉大学新闻与传播学院
武汉大学媒体发展研究中心

主办

2003 年卷

武汉出版社

WUHAN PUBLISHING HOUSE

教育部“211”工程项目

新闻与传播 评论

JOURNALISM & COMMUNICATION REVIEW

武汉大学新闻与传播学院
武汉大学媒体发展研究中心

主办

2003年卷

武汉出版社

WUHAN PUBLISHING HOUSE

(鄂)新登字 08 号

图书在版编目(CIP)数据

新闻与传播评论(2003 年卷)/罗以澄,秦志希主编.

—武汉:武汉出版社,2004

ISBN 7-5430-3158-2

I. 新… II. ①罗…②秦… III. 新闻学:传播学—文集 IV. G210-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 120614 号

书 名:新闻与传播评论(2003 年卷)

主 编:罗以澄 秦志希

责任编辑:明廷雄

封面设计:喻传森

出 版:武汉出版社

社 址:武汉市江汉区新华下路 103 号 邮 编:430015

电 话:(027)85606403 85600625

印 刷:中科院武汉分院科技印刷厂 经 销:新华书店

开 本:880mm×1230mm 1/16

印 张:16.75 字 数:460 千字 插 页:3

版 次:2004 年 10 月第 1 版 2004 年 10 月第 1 次印刷

印 数:0001—1000 册

ISBN 7-5430-3158-2/G·986

定 价:28.00 元

版权所有·翻印必究

如有质量问题,由承印厂负责调换。

学术顾问

(以姓氏笔画为序)

丁淦林 方汉奇 甘惜分
何梓华 赵玉明

编委会成员

主 任 罗以澄
副主任 许汉生
委 员 张 昆 石义彬 秦志希
单 波 蔡凯如 李敬一
张金海 王瀚东 夏倩芳
梅琼林

特邀编委

(以姓氏笔画为序)

尹韵公 刘建明 李良荣
朱光烈 吴高福 陈力丹
张国良 曹 璐 童 兵
喻国明 樊 凡

执行编辑

主 编 罗以澄
秦志希(执行)
副主编 王瀚东 夏倩芳
编 辑 侯晓艳

目 录

■ 传播与文化

媒体全球化与民主化:悖论、矛盾与问题	赵月枝 罗伯特·A·汉凯特(1)
意识形态下的大众传播话语秩序	
——主导性话语与职业性话语共存现象分析	李 岩(19)
帝国传播时代朝我们走来	李希光(30)
现代广告视觉转向的文化批判	饶德江 章 俊(38)

■ 中国入世与传媒转型

质疑全球化	科林·斯帕克斯(45)
全球信息政策体制:中国与机制新兴进程	桑德拉·布拉曼(62)
中国传媒集团发展的制度障碍分析	
——新闻体制:中国传媒集团的“瓶颈”	陈昌凤(77)
全球媒介企业与中国	约翰·当宁 曹 勇(86)
当代中国媒体生态的变迁与新闻专业主义的重构	史安斌(95)
入世后中国电视业发展模式的变迁	钱忆亲(101)

■ 中外媒体研究

2003 年新闻界大事回顾及启示	郑保卫(111)
论中国报业集团管理改革中的十大悖论	邵培仁 陈 兵(118)
广播电视与法制管理	
——兼论建立中国广播电视的内容标准	郭镇之(127)
国内民间电视节目制作机构的政策环境和媒体环境分析	叶晓华 方 青(143)
被误读的半岛电视台	
——还原“半岛卫视”的本来面目	李仕权(148)
英国 BBC 与政府冲突的背后	
——解读英国政府与 BBC 反商业化传统的对峙	李书藏(159)

■ 学理与方法

论宪法精神与新闻工作	陈力丹(170)
现代新闻职业道德的转型、架构与实现	罗以澄 司景新 黄宣传(177)
社会制度变迁与创新扩散 ——以何官庄村温室蔬菜种植新技术扩散为例	何振波(183)
网络新闻价值取向的变化及其影响	董天策(193)
中国大陆广告学论文研究现状定量分析	姚 曦 李名亮(200)
法兰克福学派的广告批判理念	张 微 胡 瑛(209)

■ 媒介经济

媒介成本转嫁的原因及方式	强月新 张瑜烨(214)
论新时期广东报业的发展及其原因	蔡铭泽 杨 洸(222)
传媒经济学研究的回顾与反思	石义彬 周 劲(236)

■ 附录

作者简介	(245)
内容提要	(249)
征稿启事	(258)

CONTENTS

■ Communication and Culture

- Globalizing Media, Democratizing Communication? Paradoxes and Issues
 Zhao Yuezhi Robert A. Hackett (1)
- Mass Communication's Discourse Sequence under the Control of Ideology
 Li Yan (19)
- The Empire Era of Communication Coming toward Us Li Xiguang(30)
- The Cultural Critique on Modern Advertising's Visual Turn Rao Dejiang Zhangjun(38)

■ China's WTO Entry and Media Transformation

- What's Wrong with Globalization Colin Sparks(45)
- The Global Information Policy Regime: China and the Processes of Emergence
 Sandra Braman(62)
- Media System: the "Bottleneck" of China Media Groups Chen Changfeng(77)
- Global Media Corporations and the PRC John Downing Cao Yong(86)
- Negotiating the Partisan Professional:
 Cultural Politics of Chinese Journalism in the Era of Global Communication
 Shi Anbing(95)
- Integration into Global Capitalism or Modernisation with Chinese Characteristics?
 The Shifting Patterns of China's Television Sector amid the WTO Entry
 Chin Yik Chan (101)

■ Study on Media in China and Foreign Countries

- Review and Enlightenment on 2003 Journalism Events Zheng Baowei(111)
- On Ten Paradoxes in the Management Reform of China's Newspaper Group
 Shao Peiren Chen Bing(118)
- Broadcasting & Television and Law Management Guo Zhenzhi(127)
- Between the Ambiguous Policy and the Ambiguous Market
 —An Analysis of Private TV Programme Company Ye Xiaohua Fang Qing(143)
- The Misreading of Al-Jazeera Satellite TV Channel Li Shiquan(148)
- Exploring the Conflict between BBC and British Government Li Shucang(159)

■ Theory and Method

Constitutional Spirit and Journalism	Chen Lidan(170)
The Conversion, Framework and Actualization of the Modern Professional Morality of Journalist	Luo Yicheng Si Jingxin Huang Xuanchuan(177)
The Transition of Social System and Diffusion of Innovation —Taking Diffusion of Some Vegetable-planted Technique in Green House as an Illustration	He Zhenbo(183)
Changes of Value Orientation of Online News and Their Influence	Dong Tiance(193)
An Quantitative Analysis on Advertising Research in Mainland China	Yao Xi LI Mingliang (200)
Critical Thinking about Advertisement of Frankfurt School	Zhang Wei Hu ying(209)

■ Media Economy

Reasons and Modes of Transfer Cost of Media	Qiang Yuexin Zhang Yuye(214)
On the Development and its Reasons of Guangdong Newspapering in the New Period	Cai Minze Yang Guang(222)
Review and Reflection of Research on Media-economics	Shi Yibin Zhou Jin (236)

■ Appendix

Author Introduction	(245)
Abstract	(249)
Announcement	(258)

传播与文化

媒体全球化与民主化：悖论、矛盾与问题^①

□ 赵月枝 罗伯特·A·汉凯特

媒体的全球化和民主化进程之间存在着复杂的相互作用关系,其深度和广度远非一两篇论文甚至一两本专著的讨论所能穷尽。但我们认为,要探讨这种互动关系首先需要有一个满怀希望的信念和一种批判的态度。

有人曾经天真地相信,新兴的跨国媒体和传播网络会自动地摧毁现有的等级制度、重新分配权力、促进国家内部和国际社会中的对话、新意识的传播,不仅造福于世界和平,而且在不同的民族、阶级和文化之间架起理解的桥梁。这显然是过于天真的幻想。

然而,我们坚信人类,相信个人一旦聚合为集体,成为“人们”或者“人民”,就拥有重塑传播体系、甚至政治制度的能力,而只要他们发挥出这种能力,上述的全球媒体和传播网络可能发挥的作用变成现实的可能性就会大大增加。

批判的态度源于我们对现实冷静的分析:跨国媒体和传播网络不一定有利于推进和平与民主。可以说,培育全球化媒体的土壤根本不是和平民主,而是统治性的制度和系统性的暴力。

基于以上的信念和态度,本文力求从一种跨学科和跨文化的视角探讨媒体全球化和民主化的问题。我们的目的不是要提出泛泛而谈的新理论,更不是提供微观的描述,而是对这一对相关命题进行理论和历史性的梳理,从中提出新的问题。在某种意义上,有时在众说纷纭的议题中提出恰当的问题往往比得出草率的结论更有助于提高研究的广度和深度。

关于全球化和民主的关系,政治学中专论已有很多,但它们很少关注媒体在其中发挥的作用。在传播学研究中,虽然媒体的全球化以及媒体和民主的关系问题备受关注,但是很少有学者将这两个问题结合起来考虑。而且,正如 Hamelink(1995)所言,在现有讨论中,媒体和社会民主化的关系总是被当作媒体机构自身民主化进程之外的独立命题。实际上,通过媒体推进社会的民主化——市民社会或者国家运用传播来推动社会其他组成部分的民主化——和媒体本身的民主化是两个相关的问题。因此,在我们看来,媒体民主化这一概念里的“民主化”一词有双重含义。用作形容词时,它着重于公众传播促进整个社会的民主进程和变革的方式方法;用作动词时,它意味着需要促进媒体本身的民主化,也就是提高一个社会的媒体系统的代表性、可接近性、可信性和可参与的程度。还有,在目前关于媒体全球化的讨论中,文化研究领

^① 本文改编自作者的英文论文。原文发表在赵月枝与汉凯特合编的论文集《全球媒介民主化：一个世界，多种斗争》(Democratizing Global Media: One world, Many Struggles),该书即将于2005年3月由Roman & Littlefield出版社出版。

域和政治传播领域之间的对话极其有限。本文的视角正是位于各类新旧学术领域和政治实践的交叉点。我们力求从新的角度出发,挖掘前人没有发现的点与面之间的潜在联系,同时吸收政治学理论和来自其他不同学科和专业背景的观点。

媒体的全球化

“全球化”之所以成为当今世界政治和学术争论的中心议题,在一定程度上是因为“这个观点瓦解了既有的范式 and 正统政治学说”(Held and McGrew 2002, 2)。我们可以从不同层面上来分析这个问题。全球化是真实发生的现象,还是用以掩盖更重要的根本利益重新分配过程的意识形态话语?如果它是个“真实”的过程,它在历史上是全新的吗?民族文化和民族国家依然是个人身份和政治生活的中心点吗?抑或它们已被全球化过程替代、消解或混杂融合?全球新经济是否正在形成?它是否意味着资本主义的新阶段与形式?是什么人为了谁的利益通过哪种方式支配着全球治理?有什么结果?全球财富是否在增加?如果答案是肯定的,全球化是不是财富增加的主要原因?(Held, McGrew, Goldblatt & Perraton, 1999; Held and McGrew 2002)。全球化是现代化的派生物吗?是否标志了时空的浓缩和遍布全球的参与者和不同地方越来越深的相互依赖?又或者更具体地说,它是资本主义社会关系的普及,也因此和帝国主义扩张难以区别(Petrás and Veltmeyer, 2001)?最后,全球化在诸如通俗文化的全球共享和移民社区的形成等方面的表现是否同资本主义经济关系的全球化具有相同的政治、经济和社会意义(Bello, 2002)?

对上述复杂且有争议的问题的种种回答超越了传统意义上划分左右派别的标准。有的欢呼地球村的形成和一个技术革新、个人自由、政治民主与经济繁荣的新纪元的来临(如 Friedman 2000),有的则恐惧它会导致“一场反对一切的战争,被唯一超级力量主宰的世界,由国际精英组成的、导致全球生态大灾难的专制联盟,或这些因素的某种结合”(Brecher, Costello and Smith 2000, xiv; Held and McGrew, 2002, 98 - 117)认为有关全球化的政治观点至少有六派之多:新自由主义者、自由的国际主义者、制度改革者、全球变革者、国家主义/保护主义者,以及激进主义者(马克思主义者、社群主义者,和无政府主义者)。不同的视角和理论范式自然也隐含着对媒体在全球化进程中的角色的不同认识。总的来说,自由主义现代化范式倾向于关注媒体对促进由专制独裁向自由民主转变的积极作用,尤其是在东方和南方的国家。跨国媒体,特别是来自西方国家的媒体,大多被当作社会自由化和政治民主化的代言人。因此,传媒大亨、西方政府、新保守派和技术热衷者们的代表性观点是:

如果将政府视为信息民主的潜在威胁,媒体技术的全球化就使得绕过独裁政府对信息流动的控制、打破独裁者对不同观点的压制成为可能。作为摧毁政府传播垄断的催化剂,市场化改革一旦和媒体技术的广泛利用相结合,就能引入信息民主。(Waisbord and Morris 2001: vii-ix)。

与之对应,持批判态度的政治经济学家和反全球化社会活动者把西方跨国媒体和按自由市场逻辑来组织的全球信息流动视为不平等的统治性权力,因为这种制度安排削弱了各国政府保护其“自主信息空间”的能力(Waisbord and Morris 2001: ix)。

在这两种观点之间,我们需要探索的是政治社会民主化与媒体全球化之间的复杂的、有时相互促进,有时互相矛盾的关系。我们认为,全球化确实是一个虽然不是全新但意义重大的现象。大众传播过程、传播机构和传播技术一方面影响了全球化浪潮的演进,一方面也受到全球化的影响。根据 Sreberny(2000)的研究框架,我们讨论媒体全球化如下的几个方面:媒体在组

织、市场、形式、流动、效果和治理等方面的变革,以及媒体“由下而上的全球化”,即媒体在市民社会中的运用。

这些相互关联又不平衡的变革从20世纪80年代早期开始加速,并导致了国家之间和全球范围内的传播在组织逻辑和治理上的重要转变。二战后的30年,虽然世界处在苏联和美国两个超级大国敌对的冷战背景下,世界传播体系基本以民族国家为中心来组织(或重新组织,如在战后的德国和日本)。在社会主义国家中,由国家组织的媒体服从于不同程度的公开检查和政治控制。在西方,传播政策则与国家所建立的不同类型的自由民主相联系。传播政策有两个关键要素:本国控制和公共服务。前者意味着以民族国家为核心,把经济、社会、政治和文化生活紧密结合在一起的组织原则;后者则体现了公民权利、平等和民主参与的原则在决策中与市场和私人财产同等重要甚至比之更为重要的理念(Schiller and Mosco 2002, 6)。

历史上,这两个要素在传播领域中为资本逻辑的完全表达提供了主要的政治缓冲。许多西欧国家对公共广播实行垄断。在加拿大,虽然历史上“不是(本国)国家就是美国”(the state or the United States,也就是说,如果加拿大国家不介入广播业的经营,而只让私营广播按市场规则运作,加拿大的整个广播业就会成为美国商业广播网的一部分)的争论把传播和文化政策中的激进民主观点边缘化了(Mazepa, 2003),本国控制是公共广播体系的一个先决条件。这一体系被认为是哈贝马斯主张的公共领域概念的最好体现,在私人广播之外提供了有利于民主的选择。因而,它不仅受到广泛的赞扬,而且被认为是加拿大的文化立国之本。即便在资本主义的大本营美国,也建立了本国控制的传播系统,禁止外国人拥有通讯业公司和广播电视媒体。当然,与此同时,美国媒体积极向海外扩张。公共利益的定义虽然不太明确,却在美国传播法规中扮演了重要的历史性角色,它意味着对资本积累以外的其它目标的认同。

公共服务原则是在战后“自由社团合作主义”(liberal corporatism, Curran and Leys, 2000, 221)这一特定的社会政治经济形式下被确定、协商和实践的。在这一制度安排下,“渗透国家各个角落的公共服务原则抑制了市场关系和商业广告在广播电视业及其周边行业中的深化与泛化”(Schiller and Mosco 2002, 9)。这一背景为美国新闻业的“高级现代主义”时期提供了条件。较高的职业自主性和“客观性原则”是这一时期新闻业的主要特征(Hallin 2000a, 221; Hackett and Zhao, 1998)。

在刚刚独立或脱离殖民统治、并被视为第三世界的国家中,媒体系统不仅按国家政策组织,还被授权来促进国家建设和现代化。然而,这些系统在实践中很大程度上受到前殖民势力和跨国资本的影响。从20世纪70年代开始,不结盟运动的参与者不仅要求通过建立世界经济新秩序来获得更有利的全球贸易地位,还极力要求建立世界信息传播新秩序。这一运动的部分理由是为了保护刚刚摆脱殖民统治的国家在传播政策主次选择中的独立主权。

虽然各国对正式但是非强制性的国际规范和条例(如《世界人权宣言》第19条倡导言论自由)都有一定的承诺,战后的传播政策主要在各个国家自己的框架中制定和执行。很多人注意到,全球化使现有的理论和实践显得问题重重的原因之一,是它对民族国家作为政治权利和民主责任的“承载者”的角色提出了深刻的质疑。这种质疑的关系在传播权利和结构(公共领域)中所具有的重要性不亚于它在政治性更强的机构中的重要性。国家死亡的说法是否夸大其词仍然是社会理论家(Held, McGrew, Goldblatt & Perraton, 1999; Aronowitz and Bratsis, 2002)和传播学者(Curran and Park 2000: 11-16; Morris and Waisbord, 2001)激烈争论的问题。但可以明确的是,当今国际传播理论中的许多逻辑可以追溯到20世纪80年代发生的三次相关的变革:

第一,社会主义阵营的巨大变革,原因复杂,一定程度上表达了这些国家内部部分精英和民众对政治民主化和民族自立的渴望,也是因为美国里根政府强化冷战策略,对之施加了经济压力。

第二,“国际信息传播新秩序”(NWICO)运动和第三世界国家的民族自强愿望大多被抑制,原因有后殖民民族国家的内部矛盾,也因为它们受其到了外在势力在政治、经济和意识形态上的系统攻击。这些攻击由美国和英国在联合国体系内外发起,还源于西方跨国媒体集团,因为“国际信息传播新秩序”倡导的国际传播重组对它们形成很大冲击(参见 Preston, Herman, and Schiller, 1989; Vincent, Nordenstreng and Traber 1999)。在联合国内部,与“国际新闻传播新秩序”相符的有激进的媒体民主化可能的项目被单纯强调为第三世界媒体工作者提供西方技术与专业技能培训的发展项目所代替。同时,第三世界的政治精英不再挑战西方传媒对传播技术和跨国信息流动的独占性支配,转而赞成与全球媒体的统治性势力协商它们与本国和本地区的关系(Mosco 1996, 209)。

第三,市场自由主义的崛起,它发源于英美这两个最强大的北大西洋资本主义国家,然后发展到世界其他地方。作为意识形态教条,市场自由主义几乎像宗教福音一样被推崇与推销,被越来越多的国家自愿或非自愿地接受为经济和社会政策的主导逻辑。

以上变革同数字网络 and 技术的飞速提高相结合,解放了资本力量,并为在世界范围内建立由市场驱动的传播体系铺平了道路。过去的二十年见证了私有化、商业化、贸易自由化及总体的放松管制(更确切地说,是基于市场的再管制),包括在国家媒体系统中取消关于维护本国控制和公共利益的限制。作为资本主义国家的领导者,美国站在这场运动的最前列(Herman and McChesney 1997; Schiller 2000)。国家不再是媒体服务的提供者,对媒体所有权和广播通讯行业中有关公共利益的责任条款的管理也大大放松了。

媒体全球化的第一个方面是跨国媒体公司和市场的主导地位。媒体兼并的浪潮产生了超大规模的传媒集团,如“美国在线—时代—华纳”、“迪斯尼”、“新闻集团”、“维亚康姆”和“贝塔斯曼”等。这些集团在超国家力量和民族国家力量的帮助下,通过各种各样的技术和组织形式扩张到全世界。当然,商业化和外国渗透的程度和范围在世界不同地区和同一地区的不同媒体部门是参差不齐的。威权政体对跨国媒体的渗透有重要的限制。但总的来说,新形成的系统在所有权结构、生产、分配和消费等方面都越来越全球化。尽管美国的信息和娱乐公司仍然在全球占据突出地位,但它们的拥有者在国别上趋向多元。通过合资企业和其它组织上和经济上的结盟形式,以前具有鲜明国家特色的媒体系统在结构上与大跨国媒体集团发生了联系。同样,媒体的生产和消费,如电影和广告的生产和消费,也被全球化了。有人认为这是多极化和多元化的全球体系的证据,另一些人则认为美国文化统治已经转化为跨国集团的文化统治(Schiller 1993)。

第二,媒体全球化不仅意味着目前支配跨国媒体生产和流动的大约 10 家公司的崛起,还意味着商业化媒体作为普遍的媒体形式在全世界的推广(虽然欧洲公共广播制度在新兴的东欧民主国家有一定形式的扩散),和以市场为导向的媒体工业在南方国家的建立,进而对全球和各国的传播空间进行新自由主义重构。更广泛地说,西方媒体形式的扩散既包括了作为信息扩散和传播手段的收音机、电视机及因特网技术,还包括节目类型和形式、职业观念和惯例。

第三,跨国媒体流动,即信息、形象和产品通过大众数字传播网络的分布与扩散,由全球和地区的制作中心支配。同时,反向信息流也有限度的存在,占全球支配地位的媒体也会对边缘国家或地区的媒体内容、形式和投资进行有选择的融合,如合拍电影,经过挑选的(和改编)南方文化的版本,或更确切的说,南方的文化元素和跨国集团的融资与发行支持结合在一起后,越来越多地受到北方受众的欢迎;“世界音乐”和某些电影都属于此类情况,如武侠影片《卧虎藏龙》和鲁珀特·默多克旗下公司拍摄的描写南亚女性移民在英国的经历的电影《我爱贝克汉姆》。当西方媒体,主要是美国媒体集团,在海外扩张的同时,外国媒体集团也在美国和其他西方市场扩张,如墨西哥的 Televisa 把广播节目、杂志和音乐唱片出口到美国(Zhao & Schiller, 2001; Paxman and Saragoza, 2002, 64-85),中国也把卫星电视频道送到了全球各地,《女友》

杂志办到了加拿大和澳大利亚。但可以说,从加拿大电视黄金时段的娱乐节目到中国的休闲杂志,全球媒体生产中心以外的媒体受众越来越多地直接或间接消费进口的媒体产品。

第四,同时也更不确定的是,当无数人同时体验着一致的媒体形式、媒体产品、渠道和景象(如戴安娜王妃之死和入侵伊拉克)时,媒体流动的全球化是否也意味着媒体效果的全球化。之所以有这种不确定性,是因为所谓“同质”的效果不能靠推定来确认。大量研究证明,不同社会阶层和文化背景下,受众对媒体文本的解读具有差异,对不同形式的媒体接受程度也不同。

第五,媒体的管理有全球同质化的趋向。在其他国家,尤其是“转型社会”,西方媒体的管理体系起码在原则上,如果没有在实践上,被采用(见 Price, Rozumilowicz and Verhulst 2002)。在老牌资本主义国家中,传播法律法规的角色被重新界定。1996 年美国电信法对市场和企业的偏向十分明显,在全球产生了深刻影响。美国联邦通讯委员会也看到自己的角色正在从“行业的管理者”变为“市场的推动者”,努力促进国内和国际传播的竞争(Thussu 2000, 93)。市场原则同样体现在欧盟传播政策中,尽管程度比较低,方式也比较复杂,并比较有争议(McChesney 1999; Mattelart, 2000; Schlesinger, 2001)。更重要的是,这一转变已体现在最基本的宪法层面。例如,美国的司法解释越来越多地把美国宪法第一修正案变成一个挡箭牌,不是为了改善公民的传播民主权利,而是要“让政府的法律法规不触及私有媒体和广告”(McChesney 1999, 257)。

在全球范围内,媒体管理也发生了双重转变(O Siachru, 2002; 赵, 2003)。首先,超越国家的组织,如世贸组织和地区贸易协定(北美自由贸易协定、欧盟),在设置政策框架中起到了比国家更为重要的作用。第二,公共服务和全民服务的观念正让位于市场原则和跨国集团的利益。传播法规首先是作为贸易问题被修订,遵循的商业逻辑正是“国际信息传播新秩序”运动批判的对象;世界贸易组织和其他贸易体系取代联合国成为管理国际传播事业的首要机构。意义深远的是,在美国和其他发达国家的压力下,国际电信联盟(ITU, 联合国机构)的管理和组织框架也被重构,给与私有企业和成员国几乎同样的权利。今天,国际电信联盟“建议世界各国解除那些阻止广播电台、有线电视企业和电信公司中的混合所有权的结构性规章,并且始终按照世界最强的国家和它们的传播公司设置的议程行事”(Thussu 2000, 91 - 93; see also Hill 1998, 99 - 121)。在这种背景下,以技术为主要关注对象的国际电讯联盟取代联合国来负责组织“信息社会世界峰会”(World Summit on Information Society, WSIS),十分值得注意。

上面所说的各项变革带来了泛资本主义时代的全球传播体系——这种新秩序还没有一个合适的名称。拥护者称之为“信息社会”或“地球村”。批判性的提法很多,有传统的帝国主义概念,也有 Hardt 和 Negri 提出的既新颖又有挑战性的“帝国”观念。Hardt 和 Negri 认为,与军事和经济力量一起,这种传播体系通过定义现实来成为“帝国控制的基本工具”(2000, 346)。这个体系的主导逻辑就是通过一个联系越来越紧密的传播输出网络,促进资本积累,致力于“创造世界消费者”(Schiller, 1993a),在更深层的意义上,就是让全世界的个人都成为有利于跨国资本利益的主体。

在批判政治经济学的传统中,很多作者认为上述趋势证明了媒体传播网络与全球资本主义在意识形态和经济上的结合(Herman and McChesney 1997, Chapter 1; Schiller, 2000)。然而,这种由企业和政府驱动的“自上而下的全球化”与“全球抵抗运动:自下而上的全球化”是相对应的(Brecher, Costello and Smith 2000, 10; Dyer-Witheford, 1999)。这是媒体全球化的第六个特征:为满足企业和军事的需要而发展起来的跨国传播网络,被民间社会活动家所利用,来表达他们自己的社会、文化、政治和经济主张。在越来越网络化的世界,主流媒体的权力正面临非主流媒体机构和传播实践的挑战和竞争(Couldry and Curran, 2003)。近来,国际民间组织网络的一个新焦点是跨国媒体的治理。这些新趋势提出了一个问题:媒体是不是既充当

了民主化的动力,也成为民主化变革的目标?

媒体民主化?

和全球化一样,民主也是一个本质上有争议的概念。在西方社会,它受到普遍的拥护;政治家不想被当作是反民主势力,更加意味深长的是,虽然有理论家自称后女权主义者、后马克思主义者或后现代主义者,但没有人给自己贴上“后民主”的标签。在南方和东方国家,接受民主的观念要困难一些,因为它有时被等同于外国势力和不受欢迎的西方普世主义和/或资本主义价值观念。20世纪90年代前苏联解体所带来的“历史终结”的陶醉感和民主资本主义必胜的信念,已经随着定期的全球经济危机、后苏联国家中的腐败和经济萧条而消失;种族国家主义和原教旨主义卷土重来,在某些国家中,快速的市场改革和政治民主化已经造成了经济上占支配地位的少数民族和在经济、社会上被边缘化的占本国人口大多数的民族之间潜在的矛盾,从而进一步导致了陶醉感和必胜信念的消失(Chua 2004)。然而,尽管世界上很多人用怀疑的眼光看待“民主”,但他们仍然坚持政府应该反映他们的价值和利益。向政治、经济和文化的统治力量争取个人和集体自由的斗争在全世界稳步推进。

虽然学者们支持民主——不论它是一个过程,一种结果,还是一种正义与人道的统治方式,对全球化媒体在民主进程中扮演怎样的角色,以及媒体自身是否需要民主化,答案则各不相同。原因之一是民主有很多不同的概念,它们互相矛盾,为评估媒体的表现提供差异极大的不同标准。冷战时期,加拿大著名学者 Macpherson (1965)挑战过西方正统观念,他认为即便一党专政的非自由主义政治体系——如新独立的第三世界民族国家——原则上也可以合理宣称自己的民主性。这种宣称扩展到这些国家正在努力建设民主(虽然听起来含义颇为模糊),这种民主不仅是一种政府的组织形式,而且是一个没有阶级统治的社会类型,它能够培育发展的动力,即让每个人都享有充分发展和展示自己能力的平等权利(Macpherson 1965, 58; 又见 Macpherson 1977, 114; Downing 2001, 43-44)。这里需要指出的是,民主传统并非西方所独有:遇事互相协商和类似共产主义公社的平等组织制度是许多非洲社会被殖民者占领前的特征。这种组织制度必然地拒绝个人拥有“自然权利”这种抽象的西方概念,而是将亲属关系和给予个体生命意义的部落集体放在优先的位置上。当然,这种传统也有缺点:限制个人自由、保护家族关系、容易引起与敌对社区的冲突。

即便植根于中产阶级革命和早期现代欧洲启蒙时期的自由民主,也不能说是一种铁板一块和一成不变的政治传统。大致来说,关于民主和经济发达的自由民主国家中的媒体,我们可以确立三种宽泛的观点(Hackett forthcoming)。

首先,从市场自由主义派(market liberal)的角度来说,它并不将民主自身看作是一种目的,而是把它看作是维护政治稳定及个人权利的一种最佳公共制度安排,特别是所有权、缔约和交换的个人经济权利。尽管市场自由主义派经常采取平民立场,但他们对私人消费——而不是公共美德——的强调与精英主义的民主观交织在一起。熊比特(Schumpeter)(1942,引文见 Baker 2002, 130)对这种观点的表述最为经典。按照这种观点,民主只是选举领导者的过程,公民的参与仅限于几年一次的投票选举——从本质上讲,就是让公民在政治市场中扮演消费者的角色。该模式下的媒体和其他产业一样,最好不受政府控制,以便市场对消费者的取向做出反应。如果媒体有公共职能,那就是监督政府,因为政府被视为个人自由的最主要威胁。如果市场自由主义派,尤其是在美英,发现西方媒体有民主缺失的话,就会把它归咎于国家对媒体的干预(特别是公共广播),或者所谓媒体记者的左派偏见。

市场自由主义和精英民主的观点已经在多层面上受到抨击,包括它对公民参与不恰当的悲观、对媒体和政府集中财富后超强权力的忽视。另一种自由主义民主(liberal democratic)的

观点比较重视公民在公众评议中的参与价值,并号召媒体促进公共领域的建立——“在这种社会生活的领域中,可以进行信息和有关公共关心问题的观点的交换,从而形成民意”(Dahlgren 1995,7)。按照哈贝马斯的理论,公共领域的理想特征应当包括:不受支配的自由讨论、平等参与和基于公共原则——而非仅仅出于个人利益——的理性诉求。媒体的民主角色则应当是向各重要团体提供可表达并发展其利益的论坛,通过易于接近和包容各种观点来方便全社会达成政治共识,并把作为私人的个体以民意的形式构建为一个公共形体(Curran 1996, 82-83; Baker 2001, 129-53)。

很多公共领域自由主义者(public sphere liberals)发现当代欧洲及美国民主中的病态——日渐下降的选民投票率、公众对政府的不信任和嘲讽、政治与公共议程之间的脱节、政治话语的琐碎化等等。不安的理论家们发现一部分原因出自政治环境,比如导致分歧的新问题、形象至上的政治竞选、选民对政党忠诚度下降等(Blumler 和 Gurevitch, 1995, 206)。但矛头同时也指向了媒体实践,程度稍逊的还有媒体结构。这些批评者称,1980年代以来的经济压力及市场再管制已经把新闻媒体推向了小报化和信息娱乐化。频道增多而引起的媒体受众分众化削弱了公共领域的一致性,并容易导致政治分化(Turow, 1997)。新闻从业人员向政客的炒作顾问(spinner-doctors)争取自主的努力迫使他们采取半敌对的立场,更多地关注政客的策略和丑闻而非实际的政策。尽管有学者批评这些“衰落的叙事”(McNair 2000, 197; Norris 2000),它们已经引起了适度的改革新闻实践的努力。美国的公共新闻运动就是一个例子,报纸尝试推动社区居民对公共事件的集体讨论,而不是只根据官方信息来源报道(Baker 2002, 158-63; Hackett & Zhao, 1998)。虽然新闻体制的改革是关键的,新闻从业人员道德操守和新闻实践改革的意义和在任记者对变革的影响能力同样不容低估。

尽管公共领域自由主义者常常赞成对新闻实践的这种改革,他们却并不质疑媒体以市场为导向的企业结构,更不用说对资本主义自由民主的社会和政治秩序提出疑问。与此相反,激进的民主主义者(radical democrats)对评价媒体表现提供了更充分的标准。如果说市场自由主义者强调个人自由、限制政府权力;公共领域自由主义者强调对于政策的公众审议;激进民主主义者则加上了第三个方面,即不仅把民主视为一套程序性的规则,还要把它看成是一个培育个人与社会的发展性力量的社会环境,这就是前面 Macpherson 所提到过的观点。这种观点不仅是寻求重振代议制民主,还在于促进对政治、经济和市民社会决策更为直接的参与。激进民主主义者不仅倾向政治平等,还要求文化、社会、经济资源更合理的分配。他们认为,在结构性不平等的社会里,社会中的权力关系是敌对的;即使是高度发展的资本主义民主,政治与经济精英们也会与下层社会发生利益冲突。而且,他们对权力有整体上分析:一个民主的公共领域不能与在国家、经济、性别、种族中根深蒂固的权力等级相脱离;确实,只要这些等级存在一日,公共领域中必然会有话语权的不平等分配。

激进民主主义者支持其它模式倡导的媒体作为“政府监督者”和“公共领域”的角色,但同时他们也期待一种民主的媒体系统以抵制社会秩序中的不平等权力(McChesney 1999, 288),并推动下层团体之间的平等交流,包括作为民主更新代理机构的改革性社会运动(Angus, 2001)。

在激进民主主义者看来,西方特别是美国这种商业化的、由企业支配的媒体系统,其政治经济的很多方面都有悖于民主平等及参与性的公民权利。无数结构上的和其他方面的因素——媒体所有者的政治利益以及他们与商业精英的联系、高昂的行业进入成本、所有权集中化、商业媒体高度依赖瞄准富有消费者的广告收入、大型企业集团拥有媒体、一度互相独立的媒体产业的融合、媒体集团与政府之间密切关系的发展(尽管政府本来应当为了维护公众利益对媒体进行管理)——都被认为对媒体内容的多元性和公众对媒体的平等接近有消极的影响,并潜在地影响到整个社会的文化和政治层面。(Hackett 和 Zhao, 1998; McChesney 1999)。

随着大公司的力量和商业逻辑在全球范围内对传播的控制产生越来越大的影响,O Siachru (2002)归纳出几个需要着重关注的相关问题:公共领域的扭曲和退缩、对消费主义孤注一掷的盲目宣扬、知识私有化和商业化所带来对“公共信息空间”的圈地、电子媒体对民权的侵蚀。

媒介民主化的四次波浪

既然民主的概念有这么多分歧,全球政治经济发展又如此不平衡,所以将媒体民主化作为单一项目或运动来理解有困难也不足为奇。事实上,在过去的40年中,曾出现过几次媒体民主化浪潮,每一次在历史起源和思想资源上都不尽相同。

上文提到的20世纪70至80年代出现的关于“国际信息传播新秩序”(NWICO)的争论是这些浪潮之一,它是第三世界后殖民国家争取独立与发展的副产品。它表达了民主化过程中两个具有潜在矛盾的方面——后殖民国家在文化与传播上的主权(一个以国家为中心的概念,类似于Macpherson提出的第三世界追求发展的民主)和给予公民更多权利的参与式传播(这是一种更加类似于激进民主或“自下而上的民主化”的传统)。推进NWICO浪潮的主要论坛是联合国,尤其是联合国教科文组织,在这里大国统治的现象由于一国一票制而有所改变。它最终的成果便是1980年的“麦克布莱德报告”(MacBride Report)。Valle(1995,205-10)认为这一报告寻求的是五个全球性问题的答案:

1) 传播手段在世界范围内的分布存在巨大鸿沟,非工业化国家对于工业化国家在相关技术方面的严重依赖。

2) 信息商品化及其对以下诸方面的消极影响:公众对信息的普遍接触、媒体满足教育和发展需要的能力、大众对传播的实质性广泛参与、广告大力推销消费主义生活方式条件下的文化保护问题。

3) 南北之间信息与媒体内容的巨大不平衡,以及这一不平衡因北方跨国媒体对南方报道中刻意忽略和错误描述而进一步加深。国际通讯社是当时注意的焦点,但这一争论也逐渐囊括了其他媒体形式中的不平衡,如跨边界数据流动和广告(MacBride和Roach 1993,6)。

4) 外国干预和跨国公司对数据流动的控制对不同国家的信息传播主权所造成的威胁。

5) 发展草根和另类传播形式,用于大众教育、表达公众意愿或大众动员。

NWICO运动存在很多缺陷,比如第三世界一些伪善的领导人打着摆脱殖民地地位的旗号加强国内控制,但这些缺陷丝毫不能损害它对70和80年代国际传播进行的双重批判——被西方强权控制、按照资本积累的逻辑运行——的重要性(Mattelart, 2000; 赵, 2003)。实际上,NWICO强调了在关于出版自由和民主交流的讨论中常常被忽视或被认为理所当然的一种内在关系:以前,民主传播模式,对民主传播的渴望,甚至在更广泛意义上,对民主模式和民主的渴望,都只是局限在某个国家内部被表达、争论和(不完整地)建构。第三世界国家对国际传播中民族国家主权的追求是与反帝反殖民和其他一些社会运动联系在一起的。这些社会运动并非都倾向于采取暴力或列宁主义的方式,也并非都在国内建立了程度相同的威权统治——中国和印度的对比就能说明这个问题。虽然为了争取国家独立与资本主义全球化进行的早期斗争并不符合现代自由主义者对民主的定义,它们的斗争目标却可以理解为民主传播得以实现的一项前提条件:不受外部控制的民族集体自治。

尽管官方的NWICO讨论大多在国家及国际组织的层面上进行,在国际范围内,起码在一些国家,它同时也是一项“人民运动”,激励了国家政策制定者之外范围广泛的其他参与者和多种传播形式,而这些参与者和传播形式反过来也激励了这项运动。在拉丁美洲,工会和教堂等民间社会组织发展了民众自办的社区广播,如玻利维亚的矿工广播。Paulo Freire的教育哲学则强调贫困人口在小集体传播中对其自身价值的表达和对自身贫困根源的分析。在印度和

非洲,大众剧场和其他传统的民间媒体有长久的传统并有一定成功经验,小型印刷媒体和录像则成为城市中工会和社区团体的表达工具。

媒体民主化的第二波由20世纪60、70年代一场要求听到公共声音、鼓励反主流势力参与传播的社会运动引发。这一浪潮与上述的世界性第一波在时间与思想资源方面有重叠之处。这项运动挑战的主要对象是全球资本主义中心——西欧及北美的大众媒体中越来越集中的企业控制、霸权性的话语表达和商业化的逻辑。这些挑战根源于青少年的反主流文化思潮和20世纪60、70年代新兴的社会运动,包括反越战运动、反帝国主义运动、以学生为主的新左翼运动、(自由)民权和美国(激进)黑人民权运动、少数民族争取平等运动、妇女解放运动、魁北克独立运动、环保主义、反核抗议等等。一些理论家(如Melucci,1980)注意到了以个性为前提的“新”社会运动与以国家和经济(比如劳工问题)问题为导向的“旧”社会运动的区别。在我们看来,这种区别颇有些牵强(Carroll和Hackett 2004)。在西欧,特别是意大利和英国,新社会运动的兴起与劳工和社会主义者的激进抗争密切相关。

起初,部分此类运动在主流媒体有比较同情的报道,还有一些,如世界绿色和平组织,甚至能够在主流媒体的帮助下形成国际性的运动(Dale 1996)。但更多的情况是,媒体框架忽视、贬低甚至否认反主流势力的重要性(Gitlin 1980; Hackett, 1991),从而促使他们创立了“另类的”或“激进的”媒体(Downing, 2001),进而建构超越或反对企业和国家控制的独立传播网络,即推动自下而上的民主化。随后的数十年中,随着主流媒体的所有权日益集中在少数企业手中,促使主流媒体观点更多样化和民主化的努力也增加了很多形式,如通过媒体教育和“文化干扰”来改变媒体与受众之间的关系;通过培训和公关活动使主流媒体增加进步信息内容;组织以改革国家传播政策和媒体组织结构为目的的联盟(Hackett 2000)。英国始于1979年的“新闻与广播自由运动”(Campaign for Press and Broadcasting Freedom)和美国始于2003年的“自由新闻”(Free Press)都是建立此类联盟的先例。

激进的民主运动和“公共领域”自由主义知识分子所强调的西方媒体的民主赤字(democratic deficit)已经引发过政府的调查和局部改革,譬如英国的媒体所有权最高限额、美国广播的公平原则及其它公共服务规则、法国的回应权和挪威的纳维亚国家的媒体补贴政策。这些改革都在当今的全球化时期之前实施,在很多国家,它们都已经或者正在被新自由主义政策废除或削弱。但在西方,媒体改革在很大程度上保持了“由下而上民主化”的势头。

相反,西方政府、西方的基金会和西方媒体公司对媒体民主化的第三次波浪相对比较支持(虽然这三者中最后者的态度也许最含糊)。媒体民主化的第三波发生在由独裁政体向自由或名义上的民主政体转变的转型社会中,媒体改革和政治、法律改革结合在一起(Price, Rozumilowicz and Verhulst 2002)。自前苏东国家解体后,前苏联国家,尤其是东欧,通过巨大努力进行改革。因此这次浪潮有将自下而上的民主化(如波兰工会Solidarnosc推翻一党专制的群众运动),自上而下的民主化(原政体中的自由主义势力,最著名的是戈尔巴乔夫)同由外而内的民主化相结合的特点。

但尚需讨论的问题是,这种改革是否有效,其结果是通向一个有活力的市民社会还是融入一种去政治化的全球消费文化。总体来说,转型社会的媒体改革,较多地涉及自由化——对媒体管制的规范化和对个人及企业免受政府压制的表达权利的肯定,而较少涉及民主化——对民众自治和根据自身能力平等参与社会决策的实质性权利的强化(Hamelink, 1995)。的确,跨国媒体集团对知识产权保护和其它经济利益问题的关注要超过对公众观点多样性和表达自由之类的问题的关注。事实上,他们已经并且还在与亚非拉在不同历史时期和不同形式的支持市场自由和跨国资本的军事独裁或市场专制威权政体相处得相当不错。当然这也不能一概而论,细微的差别非常多,跨国媒体在特定的情况下也有支持民主化的记录,而且西方国家促进“转型社会”改革的努力没有从一个模子里倒出来的模式,美式商业模式(市场自由)与欧洲