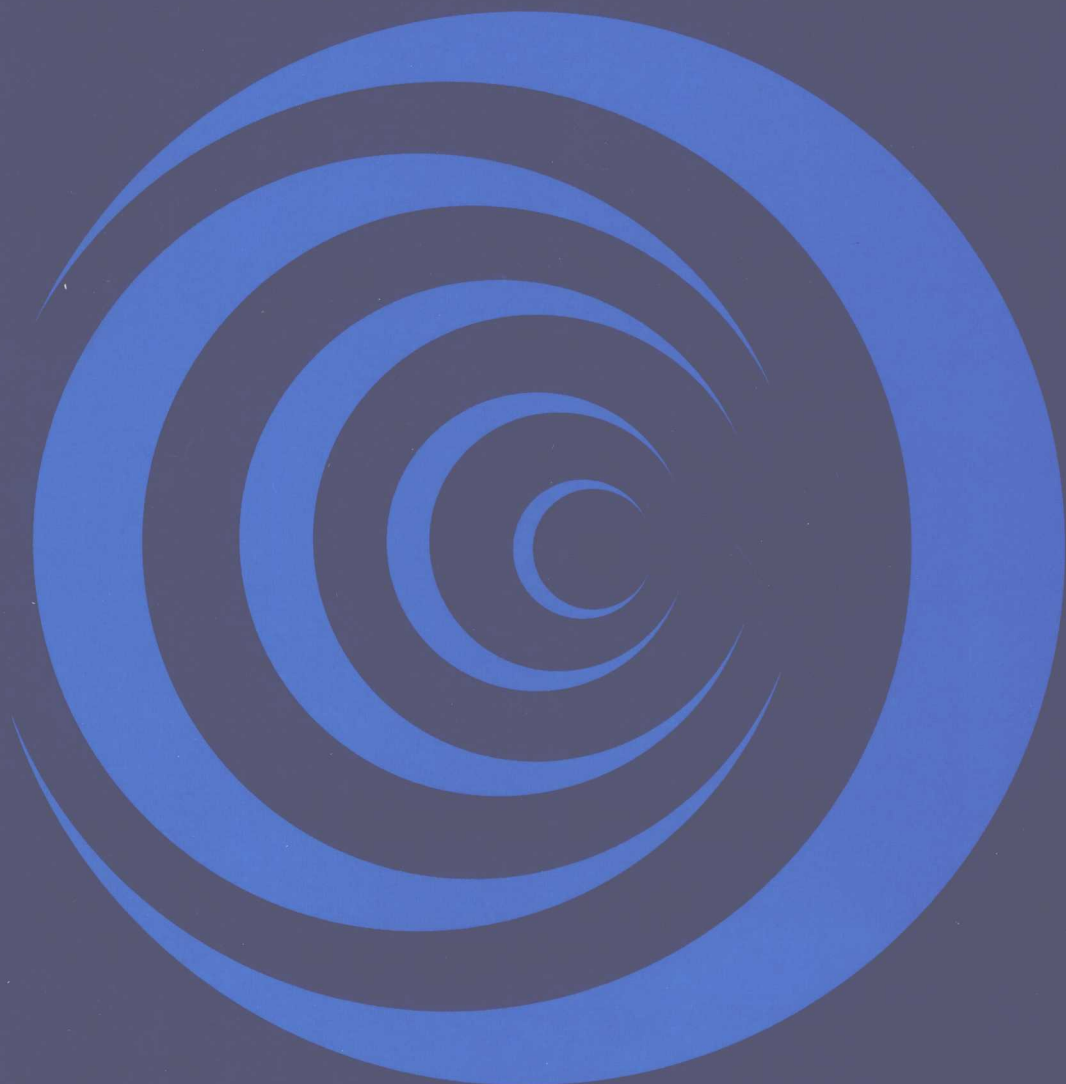


全球传播

(第二版) Second Edition

叶海亚·R. 伽摩利珀 / 编著
尹宏毅 / 主译

Global Communication



新闻与传播系列教材·翻译版



CENGAGE
Learning™

清华大学出版社



新闻与传播系列教材·翻译版



CENGAGE
Learning™

全球传播

(第二版) Second Edition

叶海亚·R. 伽摩利珀 / 编著
尹宏毅 / 主译

Global Communication

清华大学出版社
北京

北京市版权局著作权合同登记号 图字 01-2007-5124 号

Global Communication 2e

Yahya R. Kamalipour

尹宏毅 主译

Copyright © 2007 by Thomson Wadsworth, a part of Cengage Learning.

Original edition published by Cengage Learning. All Rights reserved.

本书原版由圣智学习出版公司出版。版权所有，盗印必究。

Tsinghua University Press is authorized by Cengage Learning to publish and distribute exclusively this Simplified Chinese edition. This edition is authorized for sale in the People's Republic of China only (excluding Hong Kong, Macao SAR and Taiwan). Unauthorized export of this edition is a violation of the Copyright Act. No part of this publication may be reproduced or distributed by any means, or stored in a database or retrieval system, without the prior written permission of the publisher.

本书中文简体字翻译版由圣智学习出版公司授权清华大学出版社独家出版发行。此版本仅限在中华人民共和国境内（不包括中国香港、澳门特别行政区及中国台湾）销售。未经授权的本书出口将被视为违反版权法的行为。未经出版者预先书面许可，不得以任何方式复制或发行本书的任何部分。

Cengage Learning Asia Pte. Ltd.

5 Shenton Way, # 01-01 UIC Building, Singapore 068808.

本书封面贴有 Cengage Learning 防伪标签，无标签者不得销售。

版权所有，侵权必究。侵权举报电话：010-62782989 13701121933

图书在版编目 (CIP) 数据

全球传播：第2版/（美）伽摩利珀（Kamalipour, Y. R.）著；尹宏毅主译. —北京：清华大学出版社，2008.8

书名原文：Global Communication 2e

ISBN 978-7-302-17910-8

I. 全… II. ①伽… ②尹… III. 传播学 IV. G206

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 091106 号

责任编辑：纪海虹

责任校对：王凤芝

责任印制：孟凡玉

出版发行：清华大学出版社

http://www.tup.com.cn

社总机：010-62770175

投稿与读者服务：010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质量反馈：010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

地址：北京清华大学学研大厦 A 座

邮编：100084

邮购：010-62786544

印刷者：北京国马印刷厂

装订者：北京市密云县京文制本装订厂

经销：全国新华书店

开本：185×235 印张：18.75

字数：395 千字

版次：2008 年 8 月第 2 版

印次：2008 年 8 月第 1 次印刷

印数：1~4 000

定价：35.00 元

本书如存在文字不清、漏印、缺页、倒页、脱页等印装质量问题，请与清华大学出版社出版部联系调换。联系电话：010-62770177 转 3103 产品编号：027156-01

翻译组名单

尹宏毅 (第 1~5 章和第 7、10、13 章)

李 昕 (第 6 章)

朱 丽 (第 8 章)

涂 颀 (第 9 章)

何金娥 (第 11、12 章)

第二版序言

《全球传播》第二版的内容已经更新和扩展，比第一版可能要更全面、更能使人增长知识、更加引人入胜。国内和国际有关第一版的报刊评论——包括教师们的反馈——都是好评，其中包括已经被纳入本版的几项建设性意见。这本书的一些特色如下：

- 各章都已更新，以反映从第一版以来影响到我们的全球传播环境的重大事件。
- 增加了有关传播与宣传的新的一章，以反映已经发生的全球范围的变化。这些变化发生在美国遭受“9·11”袭击以来，包括随后的阿富汗与伊拉克战争，笼统而言还有所谓的反恐战争。
- 增添了有关互联网及其全球范围影响的新的一章。
- 包括了一篇新的“前言”和经过更新的“阅读建议”。
- 每章末尾的问题是全面的，旨在启发讨论。
- 包括了本书中使用的许多关键词语的一份扩展的词汇表。
- 有关讨论议题信息的、有益的互联网链接贯穿全书。

本书旨在就全球化的主要组成部分之一——全球传播——进行探索和分析，增进知识和激发讨论。全球传播是冷战和工业革命结束后的一种现象，正在迅速改造着世界上几乎每一个国家的经济、相互关系、社会、文化、政治和结构等方面。全球传播通过电信技术的奇迹而成为可能，是一项浩瀚、多样化、生机勃勃、复杂、互动式的和迅速成长的学科与事业。它是所谓全球化的另外一个进化与革命进程的十分重要的组成部分。全球化已经覆盖了世界许多地区，尤其是发达国家和许多发展中国家。因此，从传播的观点看问题，在生产、销售和消费方面，国家、地区与国际传媒格局的变化是全球化所带来的、规模大得多的转变的一部分。

全球化的一个引人注意的后果就是，世界上的人民、国家和机构在经济方面相互依赖，在社会方面彼此联系——每件事都具有全球范围的一个方面；每个人都具有电子联系方式。换言之，马歇尔·麦克卢汉 20 世纪 60 年代所预言的“地球村”概念，现已成为我



们大家共同面临的现实。

定 义

由于其广泛性和复杂性,有关全球化概念的任何标准的和普遍公认的定义都无法形成。尽管如此,各方面专家按照自己的世界观和学科界定了这一概念。詹姆斯·H. 米特elman (James H. Mittleman) (1997) 写道:“按照舆论的习惯看法,全球化意味着,即刻的电信和现代运输克服了国家间的障碍,扩大了超越国际界限的互动范围。一句老生常谈是,人们接触到相同的全球传媒和消费产品,这种流动正在使国界变得不那么相干。”(第 229 页)

曼弗雷德·斯特格尔 (Manfred Steger) (2004) 把全球化定义为“多维的一系列社会进程。它们创造、扩展、开拓和加强世界范围的社会相互依赖与交流,同时促进人们对本地区与遥远地方事物之间不断加深的联系的意识”(第 2 页)。另一方面,全球化的批评者将其界定为“朝着全球化经济体系的世界范围的推进。主宰着该体系的是超国家的公司贸易与银行业机构。它们并不对民主进程或国家政府负责”(《什么是全球化?》)。他们还争论说:“全球化是一个不可否认的资本主义进程。”(《什么是全球化?》)

通过各国相互依赖性的加强、贸易壁垒的减少和公开市场的产生,全球化使各国经济融为一体。通过本书,大家还将读到各位特约作者提出的不同定义。

同样,“国际传播”、“全球传播”、“跨国传播”、“越境传播”、“世界传播”、“文化间传播”、“跨文化传播”和“国际关系”等概念是多维的和十分复杂的。因此,任何下简单定义的企图都会有缺陷,并且肯定会是值得商榷的。尽管如此,就含义而言,以上提到的前 5 项概念是可以相互交换的——它们所指的都是跨越民族国家的地理界线的信息流。这 5 个词之间的一项必要的区别是,虽然有 3 个词(“国际的”、“跨国的”和“越境的”)承认民族国家之间的地理边界,但是另两个词(“全球的”和“世界的”)却没有。另一方面,虽然“文化间传播”和“跨文化传播”指的是不同文化、种族和背景的人们之间的人际关系,但是“国际关系”却主要指政治的(政府间的)和经济的(企业间的)关系与活动。

一个不断拓展的领域

为了适应这一全球化进程,在美国和国外,有越来越多的大学都注重人们所通称的课程国际化,提供国际传播、国际关系、国际教育、文化间传播和国际工商与市场营销领域中的新课程。与此同时,一些大学建立了全球教育中心,以便吸引国际留学生,促进师生之间的交流,促进海外研习课程的发展,提倡跨文化意识,提供在线(数字化学习)课程,组织文



化活动和研讨会，鼓励研究和学术活动，以及倡导关心国内与全球性问题。因此，最近 10 年，对涉及全球问题和全球化书籍的需求一直在迅速增长。这本雪中送炭的书及其辅助性网站弥补了对有关全球传播的教材的大量需求和这种教材严重短缺之间的差距。

本书的范围

全球传播领域中变化的速度很快，以致任何教科书都不可能完全地时新或面面俱到，也无法包括与这个复杂和引人入胜的研究领域相关的一切问题和概念。在尽可能的程度上，就内容和范围而言，本书努力提供对全球传播的全面覆盖。

在构思本书的过程中，我所依据的是一项概率很高的假设，即注册学习国际传播课程的大学本科高年级和低年级研究生已经上过一些大众传播课程，掌握有关这一领域的基本信息和知识，而且已经起码熟悉一些（即使不是绝大部分）根本问题和概念。

本书的一个独到之处是，它汇集了多种多样的论题和世界上的一些最著名的和有成就的传播学者的观点。除了包含国际传播学的基本概念之外，本书还包括了几个新兴的和有争议的论题，比如国际公共关系和广告、传媒并购方面最近的趋势、全球化的文化含义、国际广播、信息流动、政府和非政府组织、国际传播的法律和法规、因特网的影响，以及通信和信息技术方面的发展趋势。

本书的结构

本书 13 章的组织是从理论范式演进到具体的论题和问题。各章的次序可以很容易地改变，以适应教师们想要遵循某种论题或主题进行教学的偏好。前两章就全球传播的历史和理论方面为学生们提供了十分重要的信息，因而应当先行布置教学。此后，与设计书中内容来满足学生的具体需要相比，次序就不那么重要了。

读者会注意到，各章的长度是不同的，具体情况取决于论题的复杂程度。简而言之，本书的组织所依据的是以下的笼统主题：历史、理论、经济、法律和法规、新闻和信息、广播和互联网、制度和结构、政治、发展、文化和未来的前景。

•《追寻全球传播的历史道路》为研究全球传播提供了一个简短扼要的背景。历史揭示了有关导致今天全球传播的巨大网络的惊人成就的事迹。千百年来，不断有令人惊叹的、旨在征服距离的传播装置和技术展现。从我们的史前祖先最早的神话和错误观念，到猎人和艺术家使用的早期工具、朝圣者和科学家的沉思录，以及军人和外交官的派遣，最后到最近两个世纪的电气革命的开发者——我们对全球传播的把握沿着一条漫长而曲折的



道路，走到我们今天的近乎透明的世界。

• 《全球经济与国际电信网络》考察了全球电信网络的结构状况。大英帝国的电报网络是第一个全球电信网络，它高度地集中，横向的联系很少。所有线路都通向伦敦。如果两个殖民地邻国想要彼此通信，则信息必须途经往往位于几千英里之外的伦敦传递。后来，这种状况延续到电话网络。第二次世界大战以后，世界的中心越过大西洋转移到美国，全球电信网因此而经历了一次结构改造。所有的线路都通向纽约，但全球电信网络的总结构保持不变。网络仍旧是高度集中的，横向线路很少。即使到今天，在电话通信、电脑间通信、传媒流动、货币流动和全球传播的其他模式方面，这种状况也持续存在。该章考察了造成和维持这一格局的种种经济、政治和历史的因素。同时探讨了因特网看来举世无双的性质是否会打破这个由来已久的格局，改造全球传播的结构。

• 《跨国传媒公司与全球竞争的经济学》考察了跨国传媒公司的状况，解释了它们为什么从事外国直接投资。跨国公司是建立在国家基础上的、在两个或两个以上的国家具有海外业务的公司。跨国公司的一个鲜明特色就是，战略决策和资源的配置取决于经济目标和效率问题，而不顾及国家边界。使跨国传媒公司与其他类型的跨国公司相区别的是，所销售的主要商品是信息和娱乐。这已经成为今天全球经济景观的一个突出特色。在该章第一部分中，格申考察了一项全球传媒战略的宗旨，以及公司为什么从事外国直接投资。在第二部分中，他集中讨论了在日益取消管制和私有化的世界上保持全球竞争力的挑战。一个特殊重点是工商企业战略问题。

• 《全球传播的法律》探讨了传播跨越国界和变为全球性的情况下出现的问题。由于世界越来越相互连接，所以在言论自由方面，不同的做法越来越明显。其结果是，不同的民族国家在本国社会内部实行审查和限制言论的方式毫无一致性。由于没有一项令人满意的对全球互联网实行管制的方法，所以民族国家只好采取两种基本的选择：要么对互联网通信采取放任做法，要么设法实行审查。这两种做法都会在今后年代中，在全球社会的思想、信息和商务的自由流动方面产生影响。

• 《全球新闻与信息流动》讨论了主要的国际报刊和广播通讯社的起源，及其为传统媒体组织和网络消费者提供的服务。此外还论及互联网为促进新的国际通讯社出现而提供的机会。最后，兰帕尔探讨了有关发达国家和发展中国家之间新闻流动的质量与数量的问题。

• 《国际广播电视》追踪了从第一次世界大战前迄今的国际电台广播的历史与发展，考察了各国政府和传媒公司两方面所进行的越境直接卫星电视广播的增长，以及国际电台与电视向互联网的转移，还讨论了国家间的直接和越境广播的历史。该章解释了为什么各国和某些组织将彼此国家的人民作为其广播的对象，同时简单介绍了有关宣传和公共外交的一些重要概念。作者还考察了听众为什么收听越境和国际广播，以及各国政府为什么对这种广播感到担忧。



• 《互联网在全球范围的影响：挑战与前景》描述了把国际社会的成员们连接在一起的互联网在全球范围的影响。通过考察世界各国之间联系的强弱，他们预测了互联网对国家文化的影响和导致形成一种全球文化的进程。研究过程中，他们采用的方法是对系统加以描述，从网络视角出发，建立起文化间传播的结构模式。接下来，他们回顾了对国际互联网流动进行的一项网络分析的结果。基于这些研究成果，他们根据文化趋同理论进行推断，以便对互联网对全球文化和国家特征的短期和长期影响做出预测。

• 《传播学的里程碑与国家发展》阐述了二战结束以来在有关发展实践的传播的演变方面，国际社会及其组织，尤其是联合国所扮演的角色。几个词被用来描述一个社会体系的传播资源的有意使用，以促进、支持和维持计划中的社会变革。所采用的词汇包括“传播与国家发展”、“发展的传播”、“传播与发展”和“为发展而传播”。在本章中，“为发展而传播”一词被用来描述一个社会体系的传播资源在刺激、促进和支持人类发展方面的系统性使用。

• 《全球传播政策》聚焦于电信、知识产权和大众传媒等领域，提供了全球传播政策的一部简史。它分析了影响这些领域的最重要转变，讨论了将影响全球传播未来的基本问题，重点尤其放在电信的全球治理和知识产权实施领域中最近的事态发展。该章结尾处提出了对全球传播政策领域中有关公共干预问题的一项建议，并简短分析了联合国信息社会世界峰会。

• 《全球传播与宣传》将宣传——作为一项操纵和控制舆论的由来已久的方法加以讨论。作者认为，传播技术的进展使得宣传比以前更普遍，政府领导人和非政府实体都在国内和国际领域中利用宣传。在现代，宣传更多地公然采用了公关活动，有时还贴上公共外交的标签。宣传经常被政府用于支持战争，它已经作为一种信息攻势发生演变，以影响舆论。人们最近关注的是国际恐怖分子对宣传方法的利用。文森特说，解决恐怖主义的一项办法可能寓于我们消除全球范围的不平等和国际力量失衡的愿望之中。他说，此外，在我们继续在全球公民社会中拓展传播的性质时，如能在我们的全球邻居和我们自己之间进行更为直截了当的沟通，对我们也会很有益。

• 《全球广告与公关》就广告和公关的潜力提问，以便在瞬息万变的世界上调整自己的哲学与实践。我们能否认为，广告和公关在其实践中都越来越扩大到“全球范围”。如果是这样，则这种全球主义在现实生活中是如何表现的？广告与公关面临的艰巨任务是，要平衡在利基市场上做到引人注目的需要，同时具有全球性。适应全球条件部分地是为了对日益依赖全球市场以维持生存的、迅速发展的跨国传媒与全球传播体系做出反应。这部分地是对一种相应的多种文化主义做出反应。之所以出现这些挑战，是由于取得了从前不可想象的科技进展。这些进展正在改变人们的沟通方法和原因。本章提供有关全世界的广告和公关的这种继续发展和作用，以及这种发展的影响和广告与公关的使命、作用和功能方面的未来挑战的一项简短的历史分析和预测。



• 《传播与文化》阐述了文化在全球传播方面的作用。在讨论了文化的定义及其在社会上传播的方式之后，还就美国的大众传媒产品如何主宰世界文化产业的问题进行了探讨。文化和传媒的帝国主义在 20 世纪曾是引起激烈论战的概念，在 21 世纪也并未从有关大众传媒流动的讨论中完全消失，尽管缺乏强有力的实证性证据，证明美国在世界传媒市场上占据文化主宰地位。许多国家抱着建立平整的竞技场的希望，试图采取与好莱坞和美国的电视节目产业竞争的战略。这些战略包括确定配额、向制片商提供补贴、为联合制作而建立地区联盟、调整节目的编排和抵制措施等。各国采取各种不同的方式来应付本国内部的传媒领域中的文化冲突。由于大多数国家都具有多种文化的环境，所以它们经常必须通过一个“全球本地化”的过程来应付全球化，即要使全球传媒产品适应本地环境。

• 《全球传播的格局：前景与担忧》向读者提出挑战，要求他们以批判的方式思考全球传播的当前和未来的前景与忧虑。在此过程中，他回顾了传播业的全球基础结构的目前状况；考察了隐私权和信息战问题；探讨了全球经济、跨国传媒公司和 21 世纪的传媒领域中即将消失的国家文化之间相互依赖的关系。戈尔争论说，“信息革命”最起码是这一代人的信息革命，看来已经在 20 世纪最后 10 年中宣告结束。它一直被称为全球化背后的推动力，当然所有的信息革命都产生了世界范围的重大影响。这场革命或者其任何先驱对人类的影响超过谷登堡的印刷机的可能性很小，但这一代人的信息革命实际上已经深刻影响了全球社会。娱乐和信息服务方面最近变化的速度是前所未有的。全球社会现在面临着有关这种变化的含义的 4 个关键问题：由于这场蜕变，人类的境况是否得到了改善？谁是赢家和输家？产业领导人应当应对的即刻担忧是什么？在新的世界秩序中，传媒和传播的未来发展的前景与忧虑是什么？

毫无疑问，信息革命对全球社会产生了深远的影响，并将继续以惊人的速度改变娱乐和信息服务的结构、变化速度、复杂程度以及性质。因此，全球各国的社区与社会面临着新的挑战 and 机遇，以及有关传播通信革命和全球化后果的种种问题与担忧。这种问题也许包括：

- 由于全球化，人类的境况是否得到了改善？
- 受众对全球性问题与争端是否了解得更多了，并受到更好的教育？
- 由于传媒的集中，传播责任心更强还是更弱了？
- 谁是全球蜕变中的赢家和输家？
- 产业领导层应当在全球范围内应付的社会关注的问题都是什么？
- “贫富”差距将会继续拉大吗？
- 在新的世界秩序中，传媒和传播未来发展的前景如何？
- 在“9·11”事件以后的世界秩序中，实现全球和平与和谐的相对状态的前景如何？
- 个人、教育机构以及政府和非政府组织在全球化进程中的角色和责任是什么？



本书的预期读者群

本书的主要对象是研修国际传播、比较电信系统、国际广播、国际新闻学和文化间传播等课程的本科高年级学生和低年级研究生。攻读国际关系、国际政治、国际商务等专业的学生也将从本书的内容中受益。此外，本书对于研究人员、新闻工作者、国际机构、国际企业和图书馆来说，将是一个宝贵的资源。对全球化和全球传播感兴趣的个人也会发现本书十分有益。

资源和网站

为了使学生和教师了解有关全球传播领域中不断发展变化的最新情况，并补充本教科书的内容，我构思和开发了一个电子刊物——《全球传媒期刊》（*Global Media Journal* (GMJ)）和两个网络门户——“全球传媒监督网”（*Global Media Monitor* (GMM)）和“我的地球村”（*My Global Village* (GMV)）。此外，沃兹渥斯/汤姆森学习公司将通过其“传播咖啡屋”（*Communication Café*）和“InfoTrac 数据库学院版”（*InfoTrac College Edition*®）为本书读者提供使用大量的教学与学习资源的机会。

- GMJ (www.globalmediajournal.com) 每年两次用阿拉伯语、英语和西班牙语在网上出版，每季度（以印刷形式）用中文出版。它包括全球传媒问题的学者和专家撰写的文章、书评、公告、人物简介和评论等。

- GMM (www.globalmediamonitor.com) 充当与全球传播相关的许多问题的一个信息门户。它充当着一个电子传媒数据库，提供范围广泛的信息，包括全球范围学者的人物简介、期刊和文章的链接、国际网络电台和电视台的链接、网络报纸和期刊的链接，以及一些网站的链接。在这些网站上，师生们能够获得有关具体国家、地区或传媒公司的最新的文化、政治、经济和地理等信息。

- GMV (www.globalmediavillage.com) 超越了全球传媒的范围，充当着有关各种环境、经济、政治、社会等争端和问题的一个信息门户。这些争端与问题直接或间接地影响着我们的“地球村”里的所有居民。

- *Communication Café* (<http://communication.wadsworth.com>) 为本书读者提供种类繁多的教育资源，包括网上测验和开展讨论的论坛等。

- InfoTrac® 数据库学院版 (www.infotrac-college.com/wadsworth) 是一个网络电子图书馆，提供一个在线大学图书馆，包括 700 多种刊物。沃兹渥斯公司为在课程中使用



本教科书的师生们提供这项十分宝贵的服务。

教学上的好处

本教科书与这些网站和对教员的指导相配合，能够帮助学生进行与国际传播相关的各种有趣的和增长见闻的案例研究。学生们能够很容易地登录这些网站，收听多种语言的广播，包括英语的（例如美国之音、自由欧洲电台/自由电台、英国广播公司、加拿大国际电台、伊朗伊斯兰共和国国际广播服务公司和莫斯科电台）。在这个过程中，他们接触到国际广播，了解到范围广泛的问题、新闻和全球观点。类似地，学生们还能够接触到许多报纸、期刊、政府与非政府组织、文化中心、美国中央情报局数据库、联合国数据库以及世界各国数据库。这些综合性资源应当会保障学生不断了解最新情况，并切实地满足想要在国际传播研究方面加入案例研究方法的任何教师的需要。

供讨论的问题

为了鼓励课上的讨论和促进学生当中的批判性思维能力，为本书赐稿的作者们在自己一章末尾各自提出了几个问题，是没有给出确定答案的。学生们可以把这些问题用于辩论、评估对各章内容的理解情况、准备考试、撰写研究论文和/或制订案例研究计划。

长处和弊端

一部编辑的著作，比如本教科书，其重要的长处之一就是为学生、教师和研究人员提供了由单独一位作者所著的教科书中一般没有而且也不是仅仅从一方面提供的、广阔的和多方面的视角。读者将注意到，本书自始至终，一些作者都是在不同的背景下解释某些概念（例如全球化、文化帝国主义和信息流）。在一般情况下，一个特定的观点取决于一个人站在（方向/倾向）哪里（方位），以及他或她如何（从什么角度/透过什么眼光）观察（视角）一种特定的情况（背景）。因此，一些作者可能会在不同的背景下，对同一或相似的概念做出不同的解释。应当把这种解释不是看作赘言，而是视为在一种不同背景下重申、解释或者表达一个要点的重复。教育专家们看来同意，在明智地运用的情况下，重复就变成了帮助学生更好地学习、理解和保存信息过程中的一个重要因素。我一方面努力始终减少赘言；另一方面则谨慎地利用了重复。



编辑的著作的主要弊端之一就是，写作风格和方法可能各不相同以及前后不一。在一些情况下，作者们甚至可能会提出彼此矛盾的论点。我自己的信念是，在教授和研究国际传播学方面，甚至这种不利之处也可能会转变成有利的情况。它能够导致热烈的讨论、批判性分析、进一步的研究、对多样性思想、多样性的写作/沟通风格的接触，以及对这一领域复杂性的认识。

最后的想法

在人类历史的这一特殊时刻，地区动乱、政治冲突和民族紧张关系威胁着的不仅是许多国家的，而且是全世界的统一。被普遍吹嘘的全球化的希望对全球性大公司、主要工业发达国家的国民经济和商品、服务、劳动、知识、信息以及信息技术在全世界的传播来说，肯定一直是有利的。领土的边界已变得模糊或被重新确定，取而代之的是地区合作组织（譬如北美自由贸易协定组织、欧洲联盟、亚太区域等）。支持自由市场经济、消费主义或资本主义发展趋势的民主化进程正在呈上升趋势。另一方面，穷人与富人、“东方与西方”和北方与南方之间在经济与信息上的不平等一直在迅速增加。在许多方面，所谓的数字鸿沟已经取代了东西方之间的旧的两极划分。

我希望这部教科书能提供一个合理和充分的框架来进行有意义的讨论，以正确认识全球传播的广泛、差异和复杂性。此外，我希望这种讨论最终将导致行动和积极的变化——和平共处、相互尊重、减少冲突、增强对文化的敏感性，以及世界各民族与人民之间更好的合作。

看来适当的做法是，用我所喜欢的美国作家和学者约翰·沙尔（John Schaar）的语录之一来结束我的序言：

“未来不是在现在所提供的替代性路径之间进行选择的结果，而是创造出来的——首先在头脑和意志之中，然后在活动中创造出来的——一个去处。未来不是我们正在前往的，而是我们正在创造的去处。路径不是需要找到的，而是必须造就的，而造就它们的活动不仅改造了造就者，而且改造了目的地。”

我希望通过本书，大家将会体验到一次畅游全球传播这一生机勃勃和引人入胜的领域的教育过程，这一过程激动人心和令人受益匪浅。大家如果有对于改进本书今后各版的评论和建议，请尽管与我联系：kamaliyr@calumet.purdue.edu。

叶海亚·R. 伽摩利珀

目 录

第 1 章	追寻全球传播的历史道路	
	艾伦·帕默	(1)
第 2 章	全球经济与国际电信网络	
	哈尔米特·索尼	(21)
第 3 章	跨国传媒公司与全球竞争的经济学	
	理查德·A. 格申	(35)
第 4 章	全球传播的法律	
	约翰·L. 赫夫曼 丹尼斯·M. 特劳特	(57)
第 5 章	全球新闻与信息流动	
	库尔迪普·R. 兰帕尔	(78)
第 6 章	国际广播电视	
	约瑟夫·斯特劳巴哈 道格拉斯·博埃得	(101)
第 7 章	互联网在全球范围的影响：挑战与前景	
	乔治·巴内特 德文·罗森	(119)
第 8 章	传播学的里程碑与国家发展	
	维伯特·坎布里奇	(141)
第 9 章	全球传播政策	
	齐斯·J. 哈梅林克	(160)
第 10 章	全球传播与宣传	
	理查德·C. 文森特	(182)



第 11 章 全球广告与公关	
德安·克吕克贝格	(218)
第 12 章 传播与文化	
克里斯廷·L. 奥根	(235)
第 13 章 全球传播的格局：前景与担忧	
利奥·A. 戈尔	(257)
缩略语	(273)
参考阅读	(276)

追寻全球传播的历史道路

艾伦·帕默

艾伦·帕默（Allen Palmer）（犹他大学博士）任教于犹他州普罗沃的杨伯翰大学传播学系。他在那里的研究重点是国际传播问题。他还曾作为客座教授在毛里求斯、贝宁、菲律宾和科索沃教书。

地球村是一个比以往任何时候都更加动荡的地方。

——Karin Dovring



地理空间：传播的一个障碍

至少 3000 年来，人们一直寻求跨越遥远的距离进行沟通。古代中国和埃及采用了精致的信使系统。希腊人在山顶上点燃烽火，从而宣告攻陷了特洛伊。一位古罗马皇帝统治帝国的方法是用抛光的金属盾牌上反射的阳光来传递信息。

从传播的早期开端起，它一直演变成今天精密的科技系统和网络，从而改造了世界上的传播。在几千年里破天荒第一次，物理的空间不再是阻碍人类在国际传播领域中互动的一个不可逾越的障碍。过去的“空间地理”已经变成“阅历的地理”（Wark, 1994）。

全球传播是如何从这种不起眼的起源演变而来的？尽管历史学家长期以来一直对口述和文字语言传统与技术感兴趣，但是传播的比较广泛的概念是比较新的东西。研究中世纪的历史学家于 1979 年才第一次采用此概念，以考察中世纪的文化与知识的历史（Mostert, 1999）。传播的历史不仅是一个新技术的问题，而且涉及这些技术如何从复杂的社会条件中产生，进而改造人类互动的问题（Aitken, 1985；Beniger, 1986；Carey, 1989；McIntyre, 1987；Peters, 1999；Winston, 1986）。有了更快和更加广泛的传播，重要的社会和政治发展在科技与意识形态的边缘上发生了，它们既相互作用又彼此激发（Gouldner, 1982）。从最广泛的意义上讲，科技是主流社会与文化条件的文化象征。

在本回顾中，我们考察在早期文化如何为传播创造条件方面起作用的一些力量。我们从带有古代生活的神话形象的史前开始。古人的命运往往是充满暴力、捉摸不定、残酷和短暂的。人们与敌人、动物和大自然之间的遭遇充满了危险。从一种象征性的观点看，这个古代世界是着魔的，充满了冥界的精灵、动物和形象。

逐渐地，迁徙的人口转而从事农业和商业，贸易路径向外延伸到遥远的陌生异域。科学最终证明了有关外部世界的神话的谬误，并加以废除。到中世纪末的“发现时代”，探险家们游历了已知世界的边疆，绘制了自己路径的地图，以供他人随后寻觅。

为了在战争与贸易中获得优势，人们使用种类繁多的传播战略和装置。军事征服和宗教讨伐常常造成意外的后果，包括文化与思想的相互融合。古代中国的造纸术由阿拉伯士兵传到欧洲，最终使一位德国印刷工人有可能开发出金属活字，以复制他的《圣经》。类似地，带磁性的指南针从亚洲传播到欧洲，从而导致对电报信号的实验。印刷机与电报挑战了空间和时间的屏障，重新界定了个人的特征，使外部世界变小（Launius, 1996）。

科学家们试验新装置以解决旧问题，他们把每个问题仅仅看作是又一扇行将洞开的大门（Lindberg, 1992）。这些社会进程一旦开始，就为科技在其出现时刻的合理性创造了条件。在这些社会进程的共同作用下，社会进入了 19 世纪末的工业和电子改造以及 20 世纪末尾的信息革命。