

Global Media Review

全球传媒评论 [IV]

清华大学新闻与传播学院

新媒体与研究方法

手机之后，是什么？中国“数字革命”的社会层面再认识
社交媒介的宠儿：即时通讯软件在澳门大学生中的使用
网络论坛的抽样研究——从论坛言论流动研究的三个实例出发
网络论坛政治讨论研究方法探讨
理解在线受众：新的研究路径
透过赛场我们还应看到什么？

清华大学出版社

Global Media Review

全球传媒评论^[IV]

清华大学新闻与传播学院

清华大学出版社
北京

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

全球传媒评论[IV]/清华大学新闻与传播学院编. --北京：清华大学出版社，2010.6

ISBN 978-7-302-22211-8

I. ①全… II. ①清… III. ①传播媒介—研究—世界 IV. ①G219.1

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第035917号

责任编辑：纪海虹

责任校对：王荣静

责任印制：杨 艳

出版发行：清华大学出版社

地 址：北京清华大学学研大厦A座

<http://www.tup.com.cn>

邮 编：100084

社 总 机：010-62770175

邮 购：010-62786544

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

印 刷 者：北京鑫丰华彩印有限公司

装 订 者：三河市李旗庄少明装订厂

经 销：全国新华书店

开 本：175×248

印 张：13.75

字 数：239千字

版 次：2010年6月第1版

印 次：2010年6月第1次印刷

印 数：1~2500

定 价：26.00元

产品编号：037342-01

《全球传媒评论》编委会

编委会主任：李希光

编委：（以姓氏笔画为序）

丁俊杰	尹 鸿	尹韵公	方延明	刘建明
孙有中	严文斌	吴予敏	李良荣	邵培仁
金兼斌	贾文山	高 钢	程曼丽	戴元光

主 编：郭镇之

副 主 编：史安斌 周庆安

本期特邀主编：金兼斌

执 行 编 辑：曹书乐

编 务：李红霞

国际顾问委员会

主 任: Yahya R. Kamalipour (美国普度大学卡拉美特分校传播与创意艺术系主任、教授)

委 员:

Hamid Abdollahyan (伊朗德黑兰大学)

Hussein Amin (埃及开罗美国大学)

Lee Artz (美国普度大学卡拉美特分校)

Frank Aycock (美国阿帕拉契州立大学)

Bekir Azgin (塞浦路斯东地中海大学)

Mashood Bailie (塞浦路斯东地中海大学)

Gabriel J. Botma (南非斯坦陵布什大学)

Naren Chitty (澳大利亚麦考瑞大学)

Vibert Cambridge (美国俄亥俄大学)

Hart Cohen (澳大利亚西悉尼大学)

Robbin D. Crabtree (美国费厄菲尔德大学)

Miyase Christensen (瑞典卡尔斯塔德大学)

Buroshiva Dasgupta (印度曼尼帕尔高等教育学院)

Alireza Dehghan (伊朗德黑兰大学)

David Demers (美国华盛顿州立大学)

Zhenzhi Guo (中国清华大学)

Kai Hafez (德国埃尔福特大学)

Cees Hamelink (荷兰阿姆斯特丹大学)

Xiguang Li (中国清华大学)

Jose-Carlos Lozano (墨西哥蒙特雷科技大学)

Arnold S de Beer (南非斯坦陵布什大学)

Drew McDaniel (美国俄亥俄大学)

José Marques de Melo (巴西圣保罗大学)

Robert McChesney (美国伊利诺伊大学香槟分校)

Vincent Mosco (加拿大女王大学)

Patrick Murphy (美国南伊利诺伊大学爱德华兹维尔分校)

Kaarle Nordenstreng (芬兰坦佩雷大学)

Christine Ogan (美国印第安纳大学布卢明顿分校)

Allen W. Palmer (美国杨百翰大学)

Tomasz Pludowski (波兰华沙私立人文大学)

Manjunath Pendakur (美国南伊利诺伊大学卡本戴尔分校)

Lawrence Pintak (美国密歇根大学)

Kuldip Rampal (美国中央密苏里州立大学)

Marc Raboy (加拿大蒙特利尔大学)

Amit M. Schejter (美国宾夕法尼亚州立大学)

Enrique E. Sánchez Ruiz (墨西哥瓜达拉哈拉大学)

Harmeet Sawhney (美国印第安纳大学布卢明顿分校)

Mehdi Semati (美国东伊利诺伊大学)

Hemant Shah (美国威斯康星大学)

Nancy Snow (美国加州州立大学富尔顿分校)

Joseph D. Straubhaar (美国得克萨斯大学奥斯汀分校)

Majid Tehranian (美国夏威夷大学)

Daya Thussu (英国威斯敏斯特大学)

Herman Wasserman (南非斯坦陵布什大学)

Dwayne Winseck (加拿大卡尔顿大学)

ITO Youichi (日本庆应义塾大学)

编者的话

新一期《全球传媒评论》与读者见面了——我们的工作逐步取得经验,走上正轨。

本期封面专题是:“新媒体与研究方法”,特邀主编为金兼斌教授。封面专题列入了5篇重量级的文章。其中,加拿大华人学者赵月枝的《手机之后,是什么》承袭了传播政治经济学家达拉斯·斯迈兹对中国技术革命提出的著名问题——“自行车之后,是什么?”针对当前的数字新技术及其社会文化后果进行了理论分析。澳门大学学者张荣显和盛绮娜对“即时通讯软件在澳门大学生中的使用”进行了实证研究,指出MSN软件在互联网上成为社交宠儿的新媒体新现象。葡萄牙学者Manuel José Damásio和Carlos Poupá提出了对在线受众进行研究的新路径:运用聚类分析及多维分析等数据工具考察在线受众对互联网的多种态度、价值观及行为方式。本期特别注重网络研究方法的探讨,柯惠新、何慧媛和杨婧的《网络论坛的抽样研究》以“刘翔退赛”等三个实例介绍了对网络论坛言论流动进行抽样调查的方法。吴玫的《网络论坛政治讨论研究方法探讨》则从较严格的科学意义上探索了网络舆论的流动方式。

本期的另一个专题是“全球传播研究”,其中收入了在美国从事研究的学者Sam Pack关于重新审视住处边缘的电视受众、探讨全球与地方传播关系的文章;来自美国的Kristin C. Moran和Leeva C. Chung对国际语境下维亚康姆公司在儿童身份认同形成过程中所起作用的理论分析;还有德国的Steffen Burkhardt和Frederike Wolf关于全球媒介丑闻报道对社会争议问题影响的研究。

本期的“全球传媒论坛”发表了李鸿谷先生介绍《三联生活周刊》知识生产的讲座内容。在“观点”栏目中相德宝对“西方媒体上的中国人口形象”问题进行了批评。

“传媒前沿”专栏以新闻传播学界和业界对现实问题的思考为主要内容,本期主题是2008年的北京奥运会。孙玉胜、关德兵和倪燕的三篇文章分别从国际传播、文化、经济的角度对赛事进行了总结。

不断成长中的《全球传媒评论》希冀全球学者特别是中华学者的大力支持。我们期待更多的优质稿件源源而来,支撑我们这方小小的园地,也由此促进全球传媒研究的进步。

目 录

编者的话	(IX)
------------	--------

新媒体与研究方法

手机之后,是什么? 中国“数字革命”的社会层面再认识	(加)赵月枝(3)
社交媒介的宠儿:即时通讯软件在澳门大学生中的使用	张荣显 盛绮娜(25)
网络论坛的抽样研究 ——从论坛言论流动研究的三个实例出发	柯惠新 何慧媛 杨 婧(45)
网络论坛政治讨论研究方法探讨	吴 玫(61)
理解在线受众:新的研究路径	(葡)Manuel José Damásio Carlos Poupa(80)

全球传播研究

从全球与地方对立到全球与地方共存:重新审视电视“边缘受众”	(美)Sam Pack(93)
全球认同或是本地认同? ——对国际语境下维亚康姆公司在儿童身份认同形成过程中所起作用的 理论分析	(美)Kristin C. Moran Leeva C. Chung(110)
全球媒介丑闻及其对社会问题管理的影响	Steffen Burkhardt Frederike Wolf(127)

全球传媒论坛

三联的知识生产	李鸿谷(141)
---------------	------------

观点

✧ 西方媒体上的中国人口形象

——西方主要媒体对中国人口和计划生育报道实证研究 … 相德宝 (153)

传媒前沿——奥运专题

✧ 透过赛场我们还应看到什么?

——奥运会对中国文化国际传播的启示 …………… 孙玉胜 (169)

✧ 2008 奥运会开幕式的神话叙事 …………… 关德兵 (179)

✧ 奥运经济的电视产业辐射力 …………… 倪 燕 (185)

新书架

✧ 历史的洞见——读《电话的社会影响》 …………… 郭镇之 (195)

✧ 评中文版《大众传播通论》 …………… 吴文虎 (200)

征稿启事 …………… (204)

CONTENTS

EDITOR'S NOTES	(IX)
-----------------------------	--------

NEW MEDIA STUDIES AND RESEARCH METHODS

After Mobile Phones, What? Re-embedding the Social in China's "Digital Revolution"	ZHAO Yuezhi(3)
The Usage of Instant Messenger Software by College Students in Macau	ZHANG Rongxian, SHENG Qina(25)
Sampling Design in Chinese Online Forum Research: Three Case Studies	KE Huixin, HE Huiyuan, YANG Jing(45)
Measuring Political Debate on the Chinese Internet Forum	WU Mei(61)
Understanding Online Audiences: New Research Approaches	Manuel José Damásio, Carlos Poupa(80)

GLOBAL COMMUNICATION RESEARCH

From Global vs. Local to Global and Local: Re-examining Subaltern Television Spectatorship	Sam Pack(93)
Global or Local Identity? A Theoretical Analysis of the Role of Viacom on Identity Formation among Children in an International Context	Kristin C. Moran, Leeva C. Chung(110)
Global Media Scandals and Their Influence on Society's Issue Management	Steffen Burkhardt, Frederike Wolf(127)

GLOBAL MEDIA FORUM

The Knowledge Production of <i>Life Week</i>	LI Honggu(141)
--	------------------

OPINION

Chinese Demography in Western Media: An Empirical Study on the Coverage of
China's Population and Family Planning Issues

..... XIANG Debao(153)

FRONTIER: OLYMPIC GAMES

What Should We See through the Arena? Olympic Games' Inspiration for
Internationalization of Chinese Culture

..... SUN Yusheng(169)

Mythical Narrative of 2008 Olympic Games Opening Ceremony

..... GUAN Debing(179)

The Impact of Olympic Economy on Chinese Television Industry

..... NI Yan(185)

BOOK REVIEW

Historical Insights: An Introduction to *The Social Impact of Telephone*

..... GUO Zhenzhi(195)

A Review on *Introduction to Media Communication* WU Wenhui(200)

CALL FOR PAPERS (207)



新媒体与研究方法

手机之后,是什么? 中国 “数字革命”的社会层面再认识^①

After Mobile Phones, What? Re-embedding the Social in China's "Digital Revolution"

(加)赵月枝^②

曹书乐 译

中文摘要: 中国引进西方信息技术,展开轰轰烈烈的“数字革命”,不但试图赶上西方,而且要“蛙跃”进入数字时代。“数字革命”作为中国市场改革和全球一体化的核心组成部分,受到广泛承认,但又具有自相矛盾的特点。本文对 ICT 的可及性以及控制进行分析,并将其重新置入社会领域之中,对这一看似自相矛盾的发展现象的内在逻辑进行了探索。本文更关心的是决定这一矛盾现象的更广泛的发展道路或技术经济、社会与文化过程。具体而言,本文描绘的是由国家领导、市场导向以及技术驱动的积极的“数字革命”与社会领域的发展不平衡所激发的巨大的社会与文化张力。本文还回顾了中国的各种社会力量如何在“数字革命”中重新阐述和重新嵌入社会发展议程及其所进行的不同抗争。

关键词: 数字革命 ICT

Abstract: In late 1970s, China launched a spectacular “digital revolution” in an attempt for China to not only catch-up with the West, but also to “leapfrog” into the digital age. As the center piece of the Chinese program of market reform and global integration, China's “digital revolution” has been

① 受本刊邀约,赵月枝在同名英文论文的基础上进行了更新。本刊组织翻译了中文版本。因原文较长,本刊进行了删节。

② 赵月枝,博士,加拿大西蒙·弗雷泽大学(Simon Fraser University)教授。

characterized by a well-recognized and seemingly paradoxical feature. This paper explores the internal logic of this contradictory Chinese development by re-embedding the analysis of access to and control of ICTs in the social domain. In particular, this paper describes the enormous social and cultural tensions that have been engendered by the aggressive launching of a state-led, market-oriented, and technologically-driven "digital revolution" in the context of regressive developments in the social domain. The paper then reviews the multi-faceted struggles that have been waged by various Chinese social forces.

Key Words: digital revolution, ICT

“自行车之后,是什么?”是加拿大传播学者达拉斯·斯迈兹在 20 世纪 70 年代后期、中国“改革开放”前夕提出的关于发展的根本问题。斯迈兹提出这个问题的语境在于,当时中国正在寻找一条能够替代资本主义现代性的社会主义道路,希望避免资本主义发展模式。然而,作为改革开放的重要一环,中国以引进西方信息技术为先导,最终展开了一场轰轰烈烈的“数字革命”,不但试图赶上西方,而且要“蛙跃”进入数字时代。“数字革命”作为中国市场改革和全球一体化的核心组成部分,受到广泛承认,但又具有自相矛盾的特点。一方面,信息和传播科技(ICTs)得到积极推广,并且在广大群众中得到广泛扩散(尽管这种扩散不太平衡)。从 80 年代的电视机到 90 年代的手机,与私人汽车替代自行车的过程相平行,ICT 产品早已取代自行车成为对国人而言最热门的商品。另一方面,国家对内容和获取渠道的控制体制则进一步加强了。

本文对 ICT 的可及性以及控制进行分析,并将其重新置入社会领域之中,对这一看似自相矛盾的发展现象的内在逻辑进行了探索。由于“自由与控制”这个显而易见并且常常被抽离语境来谈论的二元对立是不少关于中国 ICT 问题的学术论文以及媒介讨论的框架,这也使我不得不在本文第一段借它切入正题;但本文的关注点并不在此,相反,本文更关心的是决定了这一矛盾现象的更广泛的发展道路或技术经济、社会与文化过程。具体而言,本文描绘的是由国家领导、市场导向以及技术驱动的积极发展的“数字革命”与社会领域不平衡的发展所激发的巨大的社会与文化张力。不平衡的发展对政府治理带来了挑战,

也因此使国家通过对信息传播进行强力控制以维持社会安定的做法成为一种必然。本文还回顾了中国的各种社会力量如何在“数字革命”中重新阐述和重新嵌入社会发展议程,及其所进行的不同抗争,并且讨论了近期中国发展策略中对社会领域的重新重视。不难看出,ICT 对于发展的价值需要在具体的政治、经济、社会和文化语境中进行分析。

达拉斯·斯迈兹关于中国的发展问题

1971年12月至1972年1月,传播政治经济学领域的先驱者、马克思主义学者达拉斯·斯迈兹前往中国研究意识形态、科技和中国的发展道路。他之所以决定探索中国社会主义者的“科技哲学”,是因为他“有一种直觉……这可能会成为中国的一个问题”(Guback, 1994: 228)。他在报告中写道,尽管自然科学家和广播官员们认识到科技及其产品有政治本性,但他在中国的学术和政策部门遇到的政治经济学家、哲学家和政治学家却不同意他所说的科技具有社会建构性。斯迈兹发现,这些人认为“工艺和科技是自治的和非政治化的”。更令他不安的是,“他们表现出一种固执,甚至完全拒绝就此问题进行讨论的可能性”(Smythe, 1994: 238)。

对中国科技哲学的这一探究并非停留在抽象层面,也不仅是一种学术兴趣。相反,斯迈兹对中国的科技和经济政策,以及中国对资本主义现代性的替代性道路进行探索的可行性提出了最根本的问题。正如他所说的,“尚不清楚中国人是否已正确认识到科技的政治属性,而这在今后一二十年里将对有别于‘资本主义道路’的‘社会主义道路’的发展至关重要”(Smythe, 1994: 242)。具体来说,斯迈兹看到了这样一种不一致:一方面中国说自己在建设社会主义;另一方面,中国人有一种“赶上”或“蛙跳式超过”资本主义科技的心态。后者“意味着社会主义科技可以被用以衡量反对资本主义科技的成就”(Smythe, 1994: 243)。

对斯迈兹而言,中国的社会主义能否获得成功,有赖于中国能否拒绝盲目引入西方的科技、消费商品和服务,以及能否拒绝在这个国家发展“资本主义的消费关系”。要想做到这一点,“无产阶级政治”必须在科技革新和经济生产领域获得领导权,特别是要解决这个问题——“某一种消费品和服务的革新”是否“能服务于作为集体或者个人的大众”(Smythe, 1994: 243)。这里的“无产阶级政治”意指民众对决策的参与,指中国绝大多数人的社会需求,这也是在斯迈兹的想象中“文化大革命”所意味的东西。在斯迈兹看来,西方消费品是“资本主义呈现给新的社会主义体系的一个陷阱,中国的工农兵应该意识到这个陷阱”(Smythe,

1994: 241)。斯迈兹写道,因为“在资本主义科技的发展中没有社会主义道路”,“那么对于中国制造业来说,采用资本主义的奢侈品,比如说私家车、家用洗衣机、家用冰箱、单向电视等,也就意味着采用这些教育工具武装起中国家庭,导向资本主义的文化道路”(Smythe, 1994: 231)。

斯迈兹以批判性视角对当时的国际传播政策进行了反思,特别是认识到发展中国家有必要建立起“文化屏障”来过滤西方资本主义的文化流入。他甚至从冷战年代美国禁止向中国输送技术和苏联从中国撤回技术支持的举动中看到了正面的影响,认为这“意味着中国必须自力更生获得科技进步”。他这样写道:

结果,中国革命牢固地建立起社会主义决策的群众路线。现在中国已经解决了向民众提供食物、衣服、住房、医疗等紧迫的问题,进入了一个有可能大步迈进共产主义的阶段。这一步的实现取决于对这个问题的回答——“自行车之后,是什么?”答案应该是公共商品和服务,而不是个人在私自领域使用的商品和服务。合理分配创造性人才和资源,生产和提供所有人都喜闻乐见并有教育意义的物品和服务,如公园、博物馆、科学、教育、图书馆、野生动物保护区、建筑和其他各种艺术形式(包括双向电视)，“为人民服务”的目标便可以十分有效地直接达成(Smythe, 1994: 243)。

斯迈兹在 1979 年再次访问改革初期的中国,就其所见所思撰写了一份报告,并冠以“自行车之后,是什么?”的标题,将它作为一份来自国际社会主义运动阵营的一名“家庭成员”的友好批评与建议书,提交给了中国政府有关官员。斯迈兹生前从未发表出版这份报告,因为他觉得“有义务将我的批评局限在大家庭内部”(Guback, 1994: 230)。

然而中国方面从未正面答复斯迈兹。中国追随东亚新兴工业化国家的发展模式,开始以市场为导向进行大规模“改革开放”,消费主义在中国迅速蔓延。中国在大量进口西方的科技和消费品的同时,成为接受外商直接投资最多的发展中国家,成为主要的生产商和出口商。这些商品不仅包括鞋子和玩具这样的低端消费品,还包括电子消费产品和其他的高端信息技术产品,例如电脑。对信息科技这一“资本主义最生气勃勃的产业”的拥抱,使中国成了跨国资本主义“两个增长极”的交汇中心(Schiller, 2005)。

斯迈兹注意到,接受他访谈的那些中国的哲学、经济和社会科学领域的人士