

国外传媒经济管理经典译丛

传媒 政策与实务

霍华德·裘伯

[Howard Tumber] 主编

管廷全 等译

管廷全 审校

Media Power

Professionals

And Policies

中国传媒大学出版社

国外传媒经济管理经典译丛

传媒政策与实务

霍华德·裘伯

[Howard Tumber] 主编

管廷全 等译

管廷全 审校

Media Power

Professionals And Policies

中国传媒大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

传媒政策与实务 / (美) 霍华德·裘伯 (Tumber, H.) 主编; 管廷全等译. — 北京: 中国传媒大学出版社, 2006.6

ISBN 7-81085-757-6

I. 传… II. ①裘… ②管… III. 传播媒介—研究—英国 IV. G219.561

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 059592 号

© 2000 selection and editorial matter Howard Tumber.

All Rights Reserved.

Authorised translation from the English language edition published by Routledge, a member of the Taylor & Francis Group.

ISBN 0-415-19669-8

本书简体中文版专有出版权由 Taylor & Francis 授予中国传媒大学出版社, 在中国大陆地区 (不包括香港、台湾、澳门地区) 销售。未经出版者书面许可, 不得以任何形式抄袭、复制或节录本书中的任何部分。

版权所有, 翻版必究。

北京市版权局著作权合同登记图字: 01-2005-1494 号

传媒政策与实务

主 编: 霍华德·裘伯 [美]

译 者: 管廷全 等

审 校: 管廷全

责任编辑: 阳金洲

责任印制: 曹 辉

出 版 人: 蔡 翔

封面设计: 源大工作室

出版发行: 中国传媒大学出版社 (原北京广播学院出版社)

社 址: 北京市朝阳区定福庄东街 1 号 邮编: 100024

电 话: 65450532 或 65450528 传真: 010-65779405

网 址: <http://www.cucp.com>

经 销: 新华书店总店北京发行所

印 刷: 北京中科印刷有限公司

开 本: 730×988 毫米 1/16

印 张: 16.75

版 次: 2006 年 8 月第 1 版 2006 年 8 月第 1 次印刷

ISBN 7-81085-757-6/K·757

定价: 34.00 元

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换

《国外传媒经济管理经典译丛》编辑委员会

顾 问：苏志武 刘继南

主 编：咎廷全

副主编：李海舰 崔宝国

编 委：（按姓氏笔画为序）

方 英	李小游	吴 卉	宋宇轲	宋培义
陆剑南	赵 亮	钟 阜	徐静芸	郭娅莉
黄永涛	董克柱	程静薇	虞海侠	

撰稿人简介

- Oliver Boyd-Barrett**, Professor of Communication, California State Polytechnic University
- James Curran**, Professor of Communications, Goldsmiths College, University of London
- Winston Fletcher**, Chairman, Advertising Standards Board of Finance, UK
- Simon Frith**, Professor of Film and Media, University of Stirling
- Hanno Hardt**, Professor of Journalism and Mass Communication and Communication Studies, University of Iowa and Professor of Communications, University of Ljubljana
- Michael Harris**, Senior Lecturer in History, Birbeck College, University of London
- Stephen Hess**, Senior Fellow, The Brookings Institution, Washington, DC
- Bo Hellgren**, Professor of Management, Linköping University
- Gladys Engel Lang**, Professor Emerita of Communications, Political Science, Sociology, University of Washington
- Kurt Lang**, Professor Emeritus of Sociology and Communications, University of Washington
- Stuart Macdonald**, Professor of Information and Organization, University of Sheffield
- Denis McQuail**, Professor Emeritus of Communications, University of Amsterdam
- David E. Morrison**, Professor of Communications Research, University of Leeds
- Michael Palmer**, Professor of International Communications, CRIDEME, University Paris III Sorbonne Nouvelle
- Herbert I. Schiller**, Professor of Communication, University of California, San Diego
- Philip Schlesinger**, Professor of Film and Media, University of Stirling
- Colin Seymour-Ure**, Professor of Government, University of Kent
- Hugh Stephenson**, Professor of Journalism, City University
- Christopher H. Sterling**, Professor of Telecommunication, George Washington University
- Rodney Tiffen**, Associate Professor of Government and International Relations, University of Sydney
- Howard Tumber**, Professor of Sociology, City University, London
- David Walker**, Analysis Editor, *The Guardian*
- Rex Winsbury**, Consultant Editor, *Intermedia*

《传媒政策与实务》 参加翻译人员分工表

序言	咎廷全	译
第一部分（第一至五章）	赵 亮	译
第二部分（第六至八章）	徐静芸	译
第三部分（第九、十章）	黄涌涛	译
（第十一、十二章）	刘 彬	译
第四部分（第十三、十四章）	程静薇	译
（第十五至十七章）	陈密娣	译
第五部分（第十八至二十章）	吴 卉	译
全书统稿	虞海侠	
审 校	咎廷全	

目 录

撰稿人简介	(1)
序：媒体研究工作 HOWARD TUMBER	(1)
第一部分 媒体政策	(11)
第一章 媒体政策：夭折？ DENIS MCQUAIL	(13)
第二章 1918—1998 年的新闻出版业变革：对失败案例的研究 JAMES CURRAN	(23)
第三章 美国传播业所有制和 1996 年电信法案： 转折点还是不经意的结果？ CHRISTOPHER H. STERLING	(39)
第四章 英国音乐产业中的力量和政策 SIMON FRITH	(50)
第五章 英国新闻业与隐私 HUGH STEPHENSON	(60)
第二部分 媒体力量和民主	(71)
第六章 国家和传播空间 PHILIP SCHLESINGER	(73)
第七章 数字化的资本主义：什么被改变了？ HERBERT I. SCHILLER	(86)
第八章 迟来的电视研究：关于知识生产的案例分析 DAVID E. MORRISON	(95)

第三部分	媒体管理	(113)
第九章	首相和总统的新闻运作：工作中的影响 COLIN SEYMOUR - URE	(115)
第十章	20 世纪末的政治广告 WINSTON FLETCHER	(127)
第十一章	18 世纪早期的文化政策：印刷业、政治和 威廉·瑞纳的讼案 MICHAEL HARRIS	(133)
第十二章	新闻中的冲突：广告利益、公众形象和政治压力 RODNEY TIFFEN	(143)
第四部分	媒体职业化	(155)
第十三章	利益冲突：新闻工作者、媒介和赞助新闻业 HANNO HARTDT	(157)
第十四章	返回的华盛顿记者：1978—1998 STEPHEN HESS	(170)
第十五章	报业势力：从业者的利益 DAVID WALKER	(180)
第十六章	英国与非洲的报业新闻工作者 REX WINSBURY	(190)
第十七章	管理研究的采访：对新闻工作者的告诫 STUART MACDONALD AND BO HELLGREN	(200)
第五部分	国际媒体和全球识别	(215)
第十八章	历史学家和新闻机构：对过去历史行为的反思 MICHAEL PALMER	(217)
第十九章	美国人如何观察世界：媒介形象和公共知识 KURT LANG AND GLADYS ENGEL LANG	(229)
第二十章	泛阿拉伯国家的卫星电视：相同的论理推论 OLIVER BOYD - BARRETT	(244)

序：媒体研究工作

Howard Tumber

1962年杰瑞米·腾斯图（Jeremy Tunstall）出版了他的第一本书《渔夫》，后来又陆续出版了大概15本书。1999年他出版了研究专著《英美媒介关系》。腾斯图的工作从学术角度看非常有价值，如同詹姆斯·柯伦（James Curran）所说（参看第二章）：“他将被作为一名社会学者和英国媒介研究的奠基人之一被人记住。”

20世纪50年代后期，杰瑞米·腾斯图在获得剑桥大学人类社会学的学位后，进入赫尔大学继续他在社会学方面的研究，并开始了第一个研究项目。那个时代社会学刚刚流行起来，英国只有很少的大学有这个专业，赫尔大学只有两个社会学讲师，彼得·沃斯利（Peter Worsley）和橙·霍罗宾（Gordon Horobin）^①。当腾斯图开始研究赫尔的渔夫时，《伦敦早期的家族及其血缘关系》（Young & Willmott, 1957）这本书对他产生了一些影响。腾斯图常常给扬（Young）和威尔莫特（Willmott）写信说想和他们交流，并去伦敦和他们交流了两三次。因为那个时期从事社会学研究的人很少，所以扬和威尔莫特很乐意和一个青年社会学者交流。

《渔夫》建立在对渔船全面的观察和调查上。腾斯图花费了9周时间在海上，日夜待在船上。研究颇具震撼性，揭示了罗曼蒂克的渔夫生活其实是很艰难的。除了海上的观察，腾斯图还发挥了他的采访能力，采访了这些出海的渔夫的家属。^②

《渔夫》的研究反映出腾斯图对媒介的兴趣之一。那个时期的捕鱼业的一个明显特点是船主很善于公关，英国渔业联盟通过开展有效的公关活动来和冰岛争夺捕鱼权。渔业公司的老板们在对整个行业的描述中强调英国渔夫的英雄主义色彩，并花钱做广告来支持渔夫。腾斯图发现宣传在捏造事实，实际上，透过他们对渔夫的赞美看到的是对工人令人震惊的剥削。

腾斯图在曼彻斯特大学和一个来自剑桥的同事住在一起，这位同事后来成了《卫报》的记者，腾斯图常常陪他去《卫报》后面的酒馆，并慢慢融入到了记者圈子

① Anthony Giddens 当时是一位大三的学生。

② 从 Tunstall 的书可以看出，他在一定程度上将其视为了对这种职业的全面剖析，不过是一种带有同情色彩的剖析。

里。在花费了许多租金和与人一起喝了许多啤酒后,腾斯图回到了伦敦,并开始在一个广告公司工作,这段经历促成了他的另一本书《广告人》(1964)。

腾斯图后来去了伦敦经济学院,跟随彼得·汤森(Peter Townsend)从事美国国家心理健康研究所资助的一项老年人研究,腾斯图独立负责项目这一块。后来彼得·汤森被任命为Essex大学的社会学系的主任,腾斯图也随着去了Essex,并率先开始了对记者的研究。《工作中的记者》(1971)是对英国职业记者第一次的社会学研究,研究的初衷是对新闻业的职业和专业进行研究,并决定把重点放在业内人士身上。他调查了200位记者,对报纸编辑、广告人、业内管理者和地方记者进行了大量的访谈^①。

腾斯图在计划做研究时,受到了以前所做的社会学研究工作影响。他曾对埃弗雷特·休(Everett Hughes)(1958)所做的工作表现出了特别的热情,并且说服他为广告书籍作引入介绍。埃弗雷特·休最近的关于医学院学生的研究方法给腾斯图留下了深刻的印象,“着白衣的男孩”指的主题群体是学生医师,和同期的罗伯特·默顿(Robert Merton)等人关于医学院学生的研究相比而言更为可敬。伯纳德·科恩(Bernard Cohen)所著的《新闻和外交政策》(1963)一书也对腾斯图产生了影响,腾斯图为科恩在华盛顿对外国和外交记者所讲的他们应秉持的新闻态度所着迷。同样也对腾斯图产生了影响的书籍是由里奥·罗斯坦(Leo Rosten)在美国进行调查研究所著的《华盛顿新闻记者》一书。

《工作中的记者》出版前,腾斯图就出版了《媒介科学》(1970)一书。这是两本传媒读本中的一本,另一本是丹尼斯·麦奎尔(Denis McQuail)的《大众传播社会学》。媒介研究在英国是一门发展中的学科,这些读物都成为了这门学科发展的里程碑。康斯特布尔(Constable)要求腾斯图编辑一个简易读本,腾斯图提供给康斯特布尔《工作中的记者》一书和一个发展新的媒介系列的建议,康斯特布尔(Constable)都接受了,康斯特布尔系列读物后来成为媒介这个新兴领域里年轻学者的一个主要平台^②。在Essex大学完成关于记者的研究后,腾斯图在Open大学获得了社会学系主任的终身职位。腾斯图为一二年级社会学课程写讲义,这些为学生写的讲义出版成了几本书。在离开Open前,腾斯图萌生了开一门关于大众传播的三年级课程的念头。他开始规划课程提纲,但是进展非常缓慢。对毕业生来讲,时间很宝贵,因为他们忙于制作电视节目、出书和其他事情。在腾斯图被City大学邀请做社会学教授后,他就停止开发这门课程了,但他的探索对于这门课的发展来说很重要。

① 当时, Oliver Boyd-Barrett 作为助手帮助 Tunstall 开展研究工作。

② 1971至1984年间参与出版该系列丛书的作者包括 Philip Elliott (1972), Colin Seymour-Ure (1974), Stan Cohen 与 Jock Young (1973), David Murphy (1976), Philip Schlesinger (1978), George Boyce, James Caran 与 Pauline Wingate (1978), Herbert Bans (1980) 与 Simon Frity (1978)。

1974年，杰瑞米·腾斯图受聘成为伦敦城市大学的社会学教授，直到现在。

媒体政策

詹姆斯·柯伦（James Curran）集中研究政策的一个重要方面：英国出版业。

本书的第一部分将涉及媒体政策。关于媒体政策的研究具体出现在20世纪80年代中期，是由里根政府时期对待英国和欧洲其他国家的反常规政策引起的。腾斯图作为传播专家的一个品质就是观察出趋势，然后着手于经验主义的发现过程。他最初对于政策的兴趣点开始于他所从事的皇家新闻委员会的职业。这种兴趣一直持续到 he 写《英国的媒体》（1983）一书。这本书详尽、全面地介绍了英国的媒体。腾斯图刻画了英国在政策制定上的保守立法和自愿原则的传统。他指出英国不像欧洲和美国，英国的历史表明他们趋向于用单一的媒体管理部门或者是唯一一套国家目标策略。英国的这种结构划分在腾斯图和迈克尔·帕默（Michael Palmer）合作进行的一项关于政策的详细比较研究中可以得到很好的佐证。《传播解放》（*Liberation Communication*）一书则关注于19世纪80年代法国和英国的传播政策^①。

丹尼斯·麦奎尔（Denis McQuail）在开篇论文中提出腾斯图是一个非政治领域的专家。麦奎尔说新闻业和公众传播都更加倾向于非政策领域，而且媒体政策在长远看来，也有这样的趋势。腾斯图和其他专家一起撰写的公众传播专著中，提出了媒体政策的制定和修改的程序。尽管公众对新闻界存在诸多的指责，新闻界还是存在着把服务公众利益和其他方面平衡起来的愿望。

詹姆斯·柯伦对具有代表性的英国新闻业进行了研究，通过对过去8年历史资料的整理分析，柯伦提出了“失败研究”的概念，认为媒体力量、媒体自由和媒体改革之间的制衡已经改变。柯伦也指出，在这一进程中，新闻工作者接受培训的方式的演进和美国不同，英国新闻业并不强调从业者维持一种专业性的重要性的文化。由此导致了媒体研究的缺失和人性化的泛滥。

腾斯图在所著《报纸的力量》（1996）一书中指出，新闻工作者的出路在于走职业化道路。但是到20世纪90年代，职业化的趋势反而倒退了。在接下来的一篇中，休·斯蒂芬森（Hugh Stephenson）研究了英国新闻业的历史，通过规范英国出版业行为和检验一些能够继承下来的要素来探讨新闻业的职业化方向。

腾斯图是率先研究美国媒介政策制定的英国学者之一，1983—1984年，他在美国华盛顿研究美国1975—1985年的状况，在 *Communication Deregulation* 一书中，

^① Tunstall 原来打算对美国、英国和法国的情况进行比较，但这绝非易事。Tunstall 以其惯用的消除他人戒心的方式，将 Michael Palmer 描绘成19世纪的历史学家，而将自己说成是在研究内容很庞杂的社会学家，并承认进行政策比较研究具有相当大的难度。事实上，其研究成果体现在了三本书上，分别是与 Michael Palmer 合作完成的 *liberating Communications* (1990) 与 *Media Moguls* (1991) 以及独立完成的 *Communications Deregulation* (1986)。

他分析了传媒技术“飞速发展”和运营管制“飞速后退”的矛盾，腾斯图发现了政治以及商业在传播学中的地位。

克里斯托弗·斯特林（Christopher Sterling）研究了美国近代的传播，他特别关注美国自1996年以来的媒体集团化进程是否会使媒介行业变成只有少数几个寡头的垄断市场，斯特林认为1996电信法加速了集团化的进程，但并不是产生集团化的首要因素，首要因素是媒介企业自身的恐惧、对全球化进程中国际竞争的认识。

西蒙·弗里思（Simon Frith）关注于自己所熟悉的英国音乐产业问题。他认为自己在早期所从事的摇滚社会学工作得益于腾斯图，是他20年前促成自己成书的。弗里思领会了腾斯图关于社会学的观点，并且非常高兴能有机会从事自己所喜爱的研究。在这一章节里，他着眼于政府对音乐产业的关注，回顾了英国历史上近25年以来有关音乐的政策和实践，以期可以聚焦于作为大众媒体和文化产业的音乐的特殊性。他视当前的音乐产业首先是一个围绕政策和经济利益而建立起来的产业，同时也在技术适应性和与电影、广播竞争的同时具备历史连续性。如果说音乐史中有什么是反常的话，那就是摇滚的出现。弗里思认为这种反常性存在于摇滚音乐对产业约束的挑衅，表现在对学术、文化评论和政府的挑衅。

媒体力量

通过腾斯图的著作，我们看到的一个永恒的主题是媒介力量的概念。第二部分的三篇文章分别审视了不同的媒介力量。菲利普·施莱辛格（Philip Schlesinger）研究了一系列关于社会与政治理论的论文。他认为，虽然从多伊奇（Deutsch）到卡斯特斯（Castells）的著作与理论中使用了大量不同的概念性语言，但是他们在关于国家与传播的关系上存在共同的假设。传统的社会传播理论主要研究在一个国家内部的传播规律。施莱辛格通过对国际传播的研究，分析了君主制国家受到的影响。他把欧盟当成了提供跨民族跨政治传播可能性甚至超民族传播的信号。

赫伯特·席勒（Herbert Schiller）在传播领域的著作很出名。他认可美国的民主观念，而且把它拓展到了网络的应用中。他认为杰瑞米·腾斯图是美国致力于研究UNESCO结构自由传播的先驱者之一。美国的这项研究不仅丰富了传播理论，而且提供了冷战时期的有力的宣传武器。腾斯图关于美国媒体的研究涵盖了媒体产业的发展，以及发生在媒体政策和媒体研究中的突出事件。

戴维·莫里森（David Morrison）则关注一种与众不同的力量——知识生产。他追溯了早期美国传播学研究的发展历程，去发现隐含在文化生产中的冲突，而且说明了电视业的第一次重大变革发生在英国而不是美国的原因。他高度评价了大众传播基础理论研究的重要作用。尤其是，他对现代大众传播产生以来的这一小段历史进行了研究，这段历史主要是从20世纪40年代洛克菲勒基金研究广播业开始的。

媒体管理

本书的第三部分用四篇文章来论述并构建新闻和形象的动态过程。最近关于新闻源和记者之间关系的研究重新审视了意识霸权的表达方式，尝试揭露权力集团间的竞争和差异性。进一步的主题是分析对事件解释权的争夺以及关于公共空间发挥作用需要满足的前提条件的不同意见。

杰瑞米·腾斯图在《工作中的记者》(*Journalist at Work*)一书中首次揭示了新闻源的机密性和议会是可以研究的课题。*The Westminster Lobby Correspondents* (1970)是从社会学角度对国家政治新闻工作进行研究的产物。腾斯图收集了39个门厅记者的信息，做出了关于政治新闻工作的重要论述。25年后腾斯图在《报纸的力量》(*Newspaper Power*) (1996)的一章中，重新分析了该领域。

在这部分的第一篇文章里，科林·西摩-尤尔(Colin Seymour-Ure)关注布莱尔政府如何给唐宁街新闻运作引入新原则。新的工党统治不仅带来了新的技术和实践，更严重的是它扰乱了长期以来国内政策的无党派性和部门责任制。1997年5月之后的六个月里，布莱尔颁布的新措施包括起用唐宁街新闻大臣、秘书，减少国内传统的部门信息服务的同时，增加了政府媒体管理的集中程度，这对传统的门厅秘密简报和媒体公关部长的指定提出了挑战。西摩-尤尔提出上述事实的大量积累终将引起质变，那将是基于新原则的运作，而不是为了更有效的实践。

西摩-尤尔致力于研究政府信息管理，而温斯顿·弗莱彻(Winston Fletcher)评估了政治广告的使用及其有效性。通过对美国和英国近年来政治广告活动的简要分析，弗莱彻找到了负面政治广告活动比负面产品市场广告活动更为常见的原因。一个可以接受的解释是公众对政治家的印象很差，只有贬损和蔑视的话才能取悦公众。弗莱彻还指出了导致使用负面政治广告的其他六个因素，包括政党间意识形态差异的消失和比商品广告更宽松的管理。政治广告的有效性很难衡量。弗莱彻指出，大多数政治广告试图扩大支持率，投票箱不能反映出选民反感负面的政治广告。当政客们参与选举时，才会想到广告。

根据1750年之间对出版媒体进行管理的案例，迈克尔·哈里斯(Michael Harris)对政客希望控制信息的企图提出了一个历史性的视角。从17世纪早期开始，通过系列新闻出版物的发行，经过选择的新闻材料进入了公众空间，政府也从中受益。因为政府能够控制新闻和信息的流动，官方的系列出版物保持了对新闻报道的官方版本。哈里斯(Harris)提供了一种政策和组织结构的分析，范围是从17世纪，特别是《伦敦公报》服务政府和更广泛的区域开始的。由于政府对信息收集和控制的干涉，告密者可以通过揭发那些写作、印刷、出版合法评论之外的新闻材料人的身份而获得报酬。

在第三部分的最后一篇文章中，罗德尼·蒂芬(Rodney Tiffen)重点研究了不同

的当代冲突——党派内部、党派之间、产业间、社会阶级和社会运动、民族与国际社会——中新闻媒体的不同角色。蒂芬通过比较这些冲突间的差异，对社会理论做出了补充，而且补充了许多变量来辨识影响新闻源的活动，尤其是在政策需要和政策能力方面。

媒体专业人士

第四部分研究了媒体专业人士，这是腾斯图教授工作的一个重要方面。从开创性的《工作中的记者》(1971)、《电视制作者》到《报纸的力量》(1996)，他致力于研究个人如何在媒介组织中工作和晋阶。^① 腾斯图在其职业生涯中采访过超过 1000 名的媒介专业人士，而且通常这种访谈都颇有建树，在 *The Westminster Lobby Correspondents* (1970: ix) 的前言中，他特别说明了自己的访谈方法，他说道：

中性的社会科学是无法用绝对的标准来判断的，那些在同类问题中求索的社会工作者在确定他们的价值观时总显得困难重重。也许对这些价值和困难做一些细致的分析对读者和探索者本身都是有意义的。

斯蒂芬·赫斯 (Stephen Hess) 称他读了腾斯图的 *The Westminster Lobby Correspondents* 和《工作中的记者》后，就把腾斯图当做自己的精神导师。他在 1978 年研究华盛顿记者时把腾斯图的理论当做分析工具和很有意义的指导。20 年后，赫斯对华盛顿新闻进行了重新审视。他试图重复原先研究中的部分工作，甚至成功地对 65 位受访者中仍然活跃在华盛顿新闻界的 16 位记者再次进行了采访。随着媒介的蓝图发生了巨变——出现了互联网、多频道有线电视，对话广播，CNN——早期的晚间新闻节目依然在诸多的节目中占有一席之地，但是新闻节目的内容无论是在对华盛顿报道的关注频率还是强度上都大不如前了。

汉诺·哈尔特 (Hanno Hardt) 对现有的新闻采编室文化提出了悲观的看法。他认为 20 世纪以来对记者独立性的强调，替代了对社会性的关注。随着媒体利益和社会政治的结合，记者社会性的特征在逐步下降，认为记者应该独立于商业活动的传统看法现在已经过时。哈尔特批评公共新闻业和国内新闻业人士，他认为现在的新闻机构已经越来越企业化，社会作用逐渐退化，而且对自由政治的影响也随之弱化。

戴维·沃克 (David Walker) 以业内人士的眼光来看待英国新闻界的信心危机。

^① 与马克思主义者的观点不同，Tunstall 认为记者在很多方面享有较大的自由。在 *Journalists At Work* 一书中，他发现那些资深专业记者在撰写报道时享有很大的自主权，在那些严肃类报刊中则更是如此。这种情况的部分原因在于当权者并不懂得限制他们，也不愿意约束自己任命的人员。

沃克认为都市报纸现在处于迷茫期，同时指出了新闻界在理性和文化标准方面的衰退。他用新闻界同社会和文化之间隔断联系的事实来论证这种信心缺失。报纸内容的条块分割，远离了新闻自治所需要的结构，这种条块分割使一部分新闻工作者的疏离感增加，因为他们开始远离报纸的中心价值。沃克认为这种信心危机的产生部分原因是新闻界缺少自我反思并且如腾斯图一样错误地参与到社会科学工作中。新闻工作者如其他的专业人员包括学术界在内一样不愿解释他们的工作实践。

雷克斯·温斯伯里（Rex Winsbury）证实记者并不愿意向学术界透露商业秘密。和沃克一样，温斯伯里也有过在旗舰街为知名报纸工作的经历，但他的这种经历并未给自由媒体理论提供充分的论据。温斯伯里认为媒体从业者应该扮演一个“有力的角色”，拥有强大的经济实力，就能远离政府的影响。在他依次工作过的三家报纸中，每一家都被“外国人”所拥有，而这一切都使新闻业更加开放和民主。

在第四部分的结尾，麦克唐纳（Macdonald）和博·赫格伦（Bo Hellgren）探讨了职业化和民主的关系，他们认为采访是新闻工作者获得和呈现其发现的经验性工具。在谈到新闻采访理论和采访实践时，他们说在采访中被采访的组织通常会提供有价值的信息，但是组织也会预先给出结论并影响到采访过程。^①

国际媒体

本书的最后一部分介绍了另一个重要的腾斯图的课题：国际媒体潮流。迈克尔·帕尔默（Michael Palmer）着眼于历史学家和新闻机构之间的关系。他研究了新闻机构历史学家如何认识新闻机构记者形成、传播、发行新闻产品的各种逻辑。几位新闻机构历史学家均探索了新闻组织的“公司记录”并查阅了“新闻产品”，这些都保存在公共和私人的档案里——例如在法国国家图书馆收集的哈瓦斯的通信。帕尔默强调在对比从档案中获得的资料时会发现一些问题。这些档案包含着一些关于新闻通讯社历史的信息，以及通过观察可以发现的一些问题——在法新社总部巴黎对法新社所做的长达一个月的“观察者参与”式研究就是这样的例子。他指出这样做的前提或出发点在于对新闻通讯社历史及新闻流动的描写的关注总要受到新闻媒体当前运作环境的影响——无论历史学家如何小心翼翼地避免犯时代错误。

库尔特（Kurt）和格拉迪丝·兰（Gladys Lang）研究了为何真正的知识缺乏存在于现实世界的美国人中，为何它一直存在于一个高度发达的信息社会？在仔细观察了新技术如何影响美国的世界观之后，他们通过对信息流动所经历的四个阶段的概括，指出了在获取新知识方面存在的障碍。这四个阶段分别是：关于其他国家的

^① Tunstall 主要采取半开放式的访谈方法。有时，他试图研究所有的样本。例如，在 *Journalists At Work* 和 *Television Producers* 两本书中，他试图对每一类别中的每个人进行研究。在后一项研究中，Tunstall 与其助手的研究原则是至少必须观看访谈对象的一个节目，最好能观看他们的多个节目。

信息的生产,这决定了这些信息是在哪里,以及如何产生的;这些信息的传播,即这是如何被筛选以及有选择性地传播的;具有不同信息接触渠道及沟通能力的受众对信息的利用;作为这一系列过程的结果所形成的对这些国家的印象。

奥利弗·博伊德-巴雷特 (Oliver Boyd-Barrett) 写了第五部分最后一章。通过研究在迪拜的一个泛阿拉伯的风险投资,他想说明知识结构的动态性,特别是观众和节目之间的关系。除了盈利之外,新的泛阿拉伯频道的目标是提供一种家庭服务,促进迪拜发展。案例研究说明,潜在的非西方卫星电视台会缓和卫星电视和文化帝国主义的批评。但这不是充分的理由,博伊德-巴雷特对未来持乐观态度。尽管西方媒介的影响减小了,结构化的不平等仍然存在。在整个卫星电视的形象被形容成“阿拉伯”的卫星电视之时,西方的节目制作仍然在其中扮演着部分角色。同时,电视台很依赖西方和日本的技术。

腾斯图从对赫尔渔夫的人类社会学研究到新传播环境的分析,已历经了一段长长的学术历程。在他的新书^①《英美媒介联系》^②中,他阐述了媒介传播全球化的进展。这本书介绍了美国媒体的主导地位 and 它对美国国际领导地位的重要支持。

在 *The Media Are America* 中,他提出大众媒介不得不包装形象来适应美国环境和偏好,他仍然把英美联系看成一种帝国主义。这本书检验了英国媒介和它在更广泛的国际环境中的地位,它认为英国想保持在全球媒介中的重要角色,努力成为紧随美国的第二名。本研究是英国媒介对世界宣言的一个很好证明,也是对其在新媒介、有线电视、书籍出版和广告等很多方面位居世界第二的一个有力证明。

腾斯图仍然致力于对全球化和“老”的媒介文化帝国主义的研究。对于他过去的研究成果在此无须赘述了,更令人期待和振奋的是,腾斯图教授新的一系列研究即将开始,我们期待着他的佳作。

参考文献

- Boyce, G., J. Curran, and P. Wingate (eds) (1978) *Newspaper History from the Seventeenth Century to the Present Day*, London: Constable.
- Boyd-Barrett, O., C. Seymour-Ure and J. Tunstall (1977) *Studies on the Press*, London: HMSO for Royal Commission on the Press.
- Cohen, B. (1963) *The Press and Foreign Policy*, Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Cohen, S. and J. Young, (eds) (1973) *The Manufacture of News*, London: Constable.
- Elliott, P. (1972) *The Making of a Television Series*, London: Constable.
- Frith, S. (1978) *Sociology of Rock*, London: Constable.

① 与 David Machin 合著。

② 这本书的书名与 *The Media Are American* (1977) 的副标题 *Anglo-American Media in the World* 很像。

- Gans, H. (1980) *Deciding What's News*, London: Constable.
- Hess, S. (1981) *The Washington Reporters*, Washington, DC: Brookings Institution.
- Hughes, E. (1958) *Men and Their Work*, Glencoe, IL: Free Press.
- McQuail, D. (ed.) (1972) *Sociology of Mass Communications*, Harmondsworth: Penguin Books.
- Merton, R. K., G. G. Reader and P. L. Kendall (eds) (1957) *The Student Physician: Introductory Studies in the Sociology of Medical Education*, Cambridge, MA: Harvard UP.
- Murphy, D. (1976) *The Silent Watchdog*, London: Constable.
- Palmer M. B. and J. Tunstall (1990) *Liberating Communications*, Oxford: Blackwell.
- Rosten, P. (1937) *The Washington Correspondents*, New York: Harcourt Brace.
- Schlesinger, P. (1978) *Putting 'Reality' Together*, London: Constable.
- Seymour-Ure, C. (1968) *The Political Impact of Mass Media*, London: Constable.
- Thompson, K. and J. Tunstall (eds) (1971) *Sociological Perspectives*, Harmondsworth: Penguin.
- Tunstall, J. (1962) *The Fishermen*, London: MacGibbon & Kee.
- (1964) *The Advertising Man*, London: Chapman & Hall.
- (1966) *Old and Alone*, London: Routledge & Kegan Paul.
- (1970) *The Westminster Lobby Correspondents*, London: Routledge & Kegan Paul.
- (ed.) (1970) *Media Sociology*, London: Constable.
- (1971) *Journalists At Work*, London: Constable.
- (1977) *The Media Are American*, London: Constable and New York, Columbia University Press.
- and D. Walker (1981) *Media Made in California*, New York: Oxford University Press.
- (1983) *The Media in Britain*, London: Constable.
- (1986) *Communications Deregulation*, Oxford: Blackwell.
- and M. B. Palmer (1991) *Media Moguls*, London: Routledge.
- (1993) *Television Producers*, London: Routledge.
- (1996) *Newspaper Power*, Oxford: Clarendon Press.
- and D. Machin (1999) *The Anglo-American Media Connection*, Oxford: Oxford University Press.
- Young, M. and P. Willmott (1957) *Family and Kinship in East London*, London: Routledge & Kegan Paul.