

人文
新媒体

研究丛书之一

RONGCHUANG CHUANBO YANJIU DE TANSUO

ZHONGSHANDAXUE CHUANBO YU SHEJI XUEYUAN SHIZHOUNIAN JIAOSHI LUNWENJI

胡舒立 © 主编

融创传播研究的探索

——中山大学传播与设计学院十周年教师论文集



中山大学出版社
SUN YAT-SEN UNIVERSITY PRESS



研究丛书之一

RONGCHUANG CHUANBO YANJIU DE TANSUO

ZHONGSHANDAXUE CHUANBO YU SHEJI XUEYUAN SHIZHOUNIAN JIAOSHI LUNWENJI

胡舒立 © 主编

融创传播研究的探索

——中山大学传播与设计学院十周年教师论文集



中山大学出版社
SUN YAT-SEN UNIVERSITY PRESS

· 广州 ·

版权所有 翻印必究

图书在版编目 (CIP) 数据

融创传播研究的探索: 中山大学传播与设计学院十周年教师论文集/
胡舒立主编. —广州: 中山大学出版社, 2014. 7
ISBN 978 - 7 - 306 - 04939 - 1

I. ①融… II. ①胡… III. ①新闻学—文集②传播学—文集③艺
术—设计—文集 IV. ①G210 - 53②G20 - 53③J06 - 53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 133029 号

出 版 人: 徐 劲

策划编辑: 廖泽恩

责任编辑: 廖泽恩

封面设计: 曾 斌

责任校对: 王 睿

实习校对: 彭依伊

责任技编: 何雅涛

出版发行: 中山大学出版社

电 话: 编辑部 020 - 84111996, 84111997, 84113349, 84110779

发行部 020 - 84111998, 84111981, 84111160

地 址: 广州市新港西路 135 号

邮 编: 510275 传 真: 020 - 84036565

网 址: <http://www.zsup.com.cn> E-mail: zdcbs@mail.sysu.edu.cn

印 刷 者: 佛山市浩文彩色印刷有限公司

规 格: 787mm × 1092mm 1/16 24.25 印张 550 千字

版次印次: 2014 年 7 月第 1 版 2014 年 7 月第 1 次印刷

印 数: 1 - 2300 册 定 价: 52.00 元

如发现本书因印装质量影响阅读, 请与出版社发行部联系调换

本书系中山大学“985”工程“全媒体时代的新闻传播创新基地”研究成果之一

编 委 会

主 编 胡舒立

执行主编 张志安

编 委 胡舒立 王天琪 张志安 李艳红 张 宁

杨小彦 李庆双 龚彦方 黄玲凌

统 筹 吴丽媛

人文新媒体 融创传播学（代序）

中山大学传播与设计学院成立于2003年，在全国众多的传播院系当中，属于比较年轻的一批。回顾当初，学院一开始只有一个系——新闻系、招生60人，逐渐发展到今天，我们已是一个拥有三个系、两个中心的学院，在校学生达到1200人的规模。回首这个过程，我们心中有很多感慨。当然，在这里我并不是想夸耀取得的成就，恰恰相反，我觉得十年是一个反思的契机，借此机会，我们可以总结昨天、展望明天。因此，我更愿意将我们这发展的10年，看作在新媒体道路上探索的10年。

尽管学院相对年轻，但我们这个学院自成立之初，就拥有一个立足于新媒体的独特的并具前瞻性的定位。当年黄达人校长在学院创立之初时说，中大要办一个不同于传统的新闻传播学院，办一个交叉学科的学院，是传播学、计算机科学和艺术学的结合，能够适应新媒体时代的发展。尽管在10年前，新生的学院对于如何交叉、怎样发展尚未形成清晰的思路，但自创办之始就建立了一个适应新媒体时代学科发展的开放的学科框架，这体现在学院无论是学科定位，还是师资背景，都包含多个学科，涉及新闻学、传播学、计算机科学和艺术设计学，甚至跨越影视人类学，后来又有了心理学、社会学、政治学、经济学、管理学和交互设计等背景的学人加入。这种多学科融合的架构和人才组合，为我们探索与新媒体时代更加契合的学科发展之路奠定了基础。

当然，在这10年的探索之中，路途并不平坦，经过了不少调整、转折和变迁。我们曾经面对许多困惑。比如，如何处理多个学科之间的关系，使之达到真正交叉学科的效果；顺应新兴媒体技术发展的需要，进行合理的学科定位；建立符合这种需要的教学科研体系；等等。

这种曲折与困惑，可能并非中大传播与设计学院所独有。它其实恰恰折射了这样一种现实，亦即互联网科技日新月异的发展，连续地、本质性地，甚至可以说是颠覆性地改变了传播环境，以革命性而非温和改良的方式深刻地冲击新闻传播行业，进而对新闻传播的教育和研究提出巨大挑战。在这个行业急剧变迁、媒体去从难测的特殊时代，我们新闻传播的教育研究者到底该做什么，往哪里走，怎样才能走好？无疑，这正是众多

同行在共同思索的问题。

作为新兴的、立足于新媒体的学院，我们感受到挑战，但也更多地看到了机会。我们看到，新媒体技术为新闻发现、新闻表达、新闻呈现、新闻传播，提供了无限的可能性。如果有意迎接挑战并实现机会，答案其实很明确，核心概念就是开放与合作、融合与创新。新媒体时代传播学者的努力，应着眼于推动新闻传播行业与互联网技术和设计艺术的结合，推动人文和公益事业与互联网科技事业的结合，推动学术群与实践群的结合，以开放与合作的精神求得发展。这并不容易，因为这其实是痛苦的学习过程，艰难的磨合过程，甚至是脱胎换骨的调整过程。

有一点显然非常清楚：媒体产业面临的转型挑战，需要支付巨大的成本——精神和物质成本。商业力量正是转型的推动力，可以直接支付转型成本，获取收益；新媒体技术与商业密切结合，使新媒体迅速发展，使我们所有人尽享数字媒体时代之利。然而，商业驱动力，特别是阶段性的商业驱动力，未必能解决所有问题和应对新媒体带来的全部挑战。

当关乎社会公共利益的重大传播事项（如公益传播）不具备商业价值时，市场这个看不见的手就无法为之提供成长动力；当一些以社会公众利益为首要目标的重要产业（如新闻传媒）的商业模式崩塌后，新模式长期探索成败未测，其自身就会面临产业边缘化之虞，其转型发展危机重重。

这是市场失灵。在新媒体革命性冲击的整体构成中，听任市场失灵继续，会对人类社会的长期发展带来不利影响。因此，需要社会公共力量参与，以广泛而富于远见的努力来纠正和补足，其中，独立于大公司利益的教育机构责任重大。

在这样的反复讨论与思考中，我们逐步看清了自己的位置和使命。去年与 MIT（麻省理工学院）联合召开人文新媒体论坛，让我们更清楚地看清这一点，并明确提出“人文新媒体”的概念，作为学科整合更清晰的起点，也是我们跨学科努力的较高的起点。

MIT 的经验显示，在市场失灵的局面下，教育和研究机构可以承担重任，帮助应对市场失灵的问题。在 MIT，大学成为提供新技术能力民主化的窗口（democratization of capability of new tech），让新技术资源更有效地服务于公共利益，一批具有人文理念的顶级计算机科学家与人文学者和传播学者合作，他们密切地关注社会实践，关心人类发展的重大问题和基本问题，实实在在地从事有益于公共利益的传播技术创新（civic technology），并用他们的远见卓识和专业才智，做出了一大批开放的技术资源平台，让非专业人士可以免费获得、扩展使用。在 MIT，科技正在与人文的目标相融合，人文理念正在成为引领科技发展的新动力，并发展出切实的机制和平台。

显然,在人文新媒体的道路上,新闻传播学界有许多事可以做。我们应当促使互联网科技与新闻传播的基本需要相结合,运用融合和创新的路径来发展学科,帮助和引领中国实现新闻业的转型,应对数字化冲击所带来的产业挑战,建造起理性和建设性的舆论平台。新闻传播学院应该提出具有前瞻性的研究方向和问题,并为转型社会的信息传播行业培养人才。这是一条融合创新之路。

我们学院在谈到发展目标的时候,常说“于学界有建术之根,于业界有影响之力”。在研究、讨论和思考中,我们逐步找到了建“根”施“力”的方向。

近年来,我们在这条“人文新媒体 融创传播学”的路上举步前行。首先,我们已经确定了以新闻传播学为核心、旁涉艺术学和计算设计学等相关学科的基本办学方针。实践表明,仅仅将几个学科放在一起,其实无法融合,反而只能各自发展,渐行渐远。真正融合的前提,是确立学科之间的主次关系,确立基础和核心学科的关系。

在此前提下,我们学院建立了“三个系+两个中心”的基本架构。“三个系”分别是新闻系、公共传播学系和创意媒体设计系,“两个中心”分别是交互设计中心和视觉艺术研究中心。目前,新闻系是我们的基础学科,重在加强;公共传播学系建系最早,重在提升;创意媒体设计系是我们的特色,集合了计算机科学、艺术设计学的交叉学科优势,重在通过融合强化人文精神,更好地发扬特色。两个中心则服务于三个系的教学发展需要,为全学院提供数字媒体技术和艺术素养的基础课程。

在上述学科架构整合的基础上,我们的学科融合也已经在教学、科研和社会服务等多个层面渐次展开。

在教学上,我们一直致力于培育和建立系列充分体现融合精神的课程,尤其是“文理融合”的课程。近年来,我们已经初步建立起被我们称为“融创系列”的课程——“信息可视化”、“公益协同设计”、“媒体协同设计”和“多媒体报道”等,这些课程都采用了创新的教学方法、多元的师资构成,并充分体现了文理融合和交叉学科精神,有助于培养文科学生适应和领先新媒体时代的认识能力和实践能力。

在科研上,我们也逐渐展开了人文视觉研究、媒介融合与传媒的数字化转型、社交媒体、公益传播与技术等新兴领域的研究。

学科融合的机制是融合平台的搭建。目前,我们已经初步搭建起了两个平台:一个是以全媒体新闻教学为导向的人文新媒体的实践教学平台,用于推动人文与科技的教学融合;另一个则是以新媒体科研为导向的全媒体研究院,目的是推动一些具有前瞻性的研究课题,尤其是文理融合的研究课题。

在人文新媒体的实践教学平台,我们也正在引进在计算机科学和艺术设计学科中普遍应用的“工作室”制度,这种制度在新闻传播学科尚属新兴,但却是一种更具实效

的实践教学模式。目前，我们成立的工作室包括视频工作室、摄影工作室、交互设计工作室和电子杂志工作室。

依托这些实践平台，我们得以搭建起学术群、教学群与实践群之间的交流和融合的常规机制，具体包括与岭南学院合作培养金融学（财经新闻方向）专业硕士，与政务学院联合开展政治传播专业硕士生的培养，等等。

除此之外，我们也正在走出学院，探索跨学院的学科融合空间。目前，我们正在推动建立与中山大学岭南学院、政治与公共事务学院、软件学院和移动信息学院的进一步常规化的合作机制。今后，我们最大的希望是能够走出学校、走出广东，与全国的相关院校进行融创性合作，得到同行的支持和指导。

学科融合的根本其实是人的融合，即不同学科背景的师资和科研人员之间的相互交叉和融合。在此，我为我们学院的教师队伍倍感自豪，他们在过去若干年一直支持学院的改革，并已经成功地建立起体现融合和创新精神的学科文化。

我想，“人文新媒体 融创传播学”不是空洞的口号，不是幻想。未来10年，我们相信，新媒体的发展将更多地由人文目标而非仅仅商业目标来引导。在我们共同的努力下，互联网科技更多服务于公共利益目标，这是可能的，也是必须的。回头看，10年只是一瞬，我们会继续往前走，走得更快更好，期待下一个10年。



目 录

第一辑 传媒、制度与公共利益

“三十年战争”与欧洲报刊传播/展 江	003
以社会理性消解科技理性：大众传媒如何建构环境风险话语/李艳红	014
新闻生产过程中的自我审查研究——以“毒奶粉”事件的报道为个案/张志安	031
企业权力、传媒的市场化改革与公共利益： 对两场媒体改革运动的分析/张 宁 邓理峰	051
在新闻监督、公共冲突与公共决策之间： 中国公共新闻实践的可行性实证研究/龚彦方 陈卫星	058
青年陈垣新闻思想初探/刘根勤	067
建国初年上海私营报业的人员更替与思想改造/贺碧霄	076
“富二代”、“官二代”媒介话语建构的共振与差异（2004—2012）/张 洁	088

第二辑 传播、赋权与社会治理

公共传播研究的社会价值与学术意义探析/吴 飞	099
关于发展传播理论的范式转换/陈卫星	112
文化资本、传播赋权与“艺术家”都市空间抗争： 对J市艺术区拆迁集体维权行动的研究/李艳红 杨 梵	122
“规避”与“迂回”：对三例社区集体行动中抗争传播的观察与分析/张 宁	146
论政治传播中的议题设置、启动效果和框架效果/聂静虹	154
艾滋病 NGO 倡导的媒体策略与空间扩展/吴柏林 谢冬纯	169
微博问政的现状、特点、问题及策略研究/陈 敏	175
情境中性的社会网络与艾滋病风险： 凉山地区通过性途径传播艾滋病的风险研究/周如南 周大鸣	180
Online Social Mobilizing Model Study： A Case Study on an Individual Campaign in Chinese New Social Movements/梁广寒 张 潇	194

第三辑 新技术、全球化与传播效果

全球市场里的品牌国别与消费政治：美国品牌在华的案例研究/邓理峰 王 坚	209
-------------------------------------	-----

从物质需求到意识形态：广告传播的影响力结构探析/刘 宏 刘 琛	221
品牌关系维度、自我构念对品牌延伸反馈效应的影响/周懿瑾	229
涵化理论的新进展：作为方法论的直觉加工模型/林功成 李 莹	240
The Effects of Collective MMORPG (Massively Multiplayer Online Role-Playing Games) Play on Gamers' Online and Offline Social Capital/钟智锦	249
Babel or Great Wall: Social Media Use among Chinese Students in the United States/张少科 蒋 浩 John M. Carrou	280

第四辑 影像、视觉与沟通表达

视觉的全球化与图像的去魅化——观察主体的建构及其历史性变化/杨小彦	303
被压迫的“美学”——《血衣》与阶级斗争的图像政治/冯 原	312
故乡何在：“他者”的影像与意义的回归/熊 迅 李 婧	328
图形界面的隐喻设计/廖宏勇	342
基于视觉的互动游戏手势界面工具箱 /武汇岳 张凤军 刘玉进 胡银焕 戴国忠	352
用最小的声响传递最大的信息 ——解读书籍封面在网络传播中的文字设计特色/苏 芸	370
静止与流动——摄影记者的视频转向与卡帕预言及决定性瞬间/杜 江	374



第一辑

传媒、制度与公共利益

“三十年战争”与欧洲报刊传播

展江^①

摘要

战争与新闻传播的关系研究近年来渐成传播学研究的焦点之一,然而大部分研究集中于当代战争中的媒体与各国政府和军界的关系,而对早期同类主题的研究相对薄弱。“三十年战争”被有些史家称为人类第一场世界大战,其规模、持续时间远远长于20世纪两次世界大战,对欧洲的宗教、政治、军事和民族国家的出现影响巨大和深远,这场大灾难也孕育了荷兰、法国、英国、瑞典等欧洲重要国家最早的报纸及其在战争中的表现,尤其是它们的新闻呈现方式。本文所探究的就是一段几乎不入国内学者所撰新闻传播正史“法眼”,然而其重要性不容忽视的专门史,其关注的焦点是这些报纸在战争中的表现,尤其是它们的新闻呈现方式。

17世纪上半叶,欧洲开始了从封建时代向资本主义时代过渡,从中世纪国际关系向近代国际关系转换的阶段。原先控制欧洲的神圣罗马帝国从鼎盛走向衰落。以奥地利为中心的哈布斯堡王朝从1278年到1918年进行了长达640年的统治。该王朝后期繁衍甚广,出现了奥地利哈布斯堡王朝(1556—1740年统治奥地利、匈牙利及波希米亚的家族,历10代君主,其间近200年是欧洲历史上战争最多的时期)、西班牙哈布斯堡王朝(1556—1700年间统治西班牙、西属尼德兰和意大利部分公国及1580—1640年间统治葡萄牙的家族)和哈布斯堡—洛林王朝(1740—1806年间统治奥地利大公国、匈牙利、波希米亚和意大利部分公国及1804—1918年间统治奥地利帝国和后期奥匈帝国的家族)三个分支。

哈布斯堡家族在称雄欧洲的同时,其奥地利和西班牙两大分支与法国和荷兰矛盾重重。另外,神圣罗马帝国各诸侯之间,诸侯与皇帝之间也充满利益纷争,各诸侯要进一步巩固自己的权力、地盘和财富,皇帝则想要加强中央集权,政治局势动荡不安。天主教与新教的宗教纷争愈演愈烈,随着1608年新教联盟和1609年天主教联盟这些政治军事联盟的相继成立,加上欧洲各国的封建王朝为自己的利益而不断给予两大联盟持续的支持,一场规模空前的战争一触即发。而正是这场持续整整30年的战争催生了中欧和西北欧若干国家和地区的定期报刊。

这场史称“三十年战争”的空前规模武装冲突经历了四个阶段:1)波希米亚—普

^① 展江,中山大学传播与设计学院教授。

法尔茨阶段（1618—1624）；2）丹麦战争阶段（1625—1629）；3）瑞典入侵阶段（1630—1634）；4）法国—瑞典参战阶段（1635—1648）。1648年《威斯特伐利亚和约》的签订将欧洲带入了力量相对均衡的威斯特伐利亚体系时代，标志着以民族国家为基础的现代国际关系史的开端。德意志各诸侯国中的巴伐利亚和萨克森、神圣罗马帝国（天主教联盟）、波希米亚、丹麦和挪威、瑞典、法国、奥地利、西班牙、葡萄牙、荷兰等众多欧洲国家都参与了耗时日久的战争。战争后期，本来隔岸观火的英国爆发了人类史上第一次市民革命，并且诞生了最早的政党报纸。

一、“三十年战争”初期的欧洲报纸

17世纪初，定期周报已经出现在德意志地区的斯特拉斯堡（1605）、奥格斯堡（1609）。“三十年战争”期间，各种印刷的小册子、大幅单页印刷品成为各交战国从事宣传（propaganda）的主要载体。战时宣传中天主教与新教之间的对抗，最终导致了“世界性宗教共同体”的没落，并且加快了资本主义的发展步伐。战争中多个国家和地区定期报刊的兴起为新闻事业最早在欧洲产生奠定了基础。

“三十年战争”与有关国家报业的发端，自战争开始就有密切的关联。波希米亚位于今天的捷克境内，是第一个采用古登堡发明的斯拉夫国家。1618年5月23日的波希米亚“掷出窗外事件”^①成为“三十年战争”的导火索。半个多月后的6月14日，荷兰第一份报纸《来自意大利、德意志等地新闻》（*Courante uyt Italien, Duytslandt, &c*，见图1）在阿姆斯特丹问世。它刊登两则报道，一则来自布拉格，内容正是引发“三十年战争”的新教徒起义；一则来自维也纳，内容是哈布斯堡对该事件的反应。该报开创了“科兰特”（coranto）类报纸的



图1 1618年6月14日第一期《来自意大利、德意志等地新闻》

① 德意志帝国在1526年吞并了捷克。当时神圣罗马帝国已是名存实亡，奥地利成为诸侯中最有势力的国中国。奥地利的皇帝来自哈布斯堡家族，因此捷克并入德意志的版图，实际上成了奥地利哈布斯堡家族的领地。1617年，哈布斯堡家族的斐迪南受德意志皇帝之封为捷克国王，把捷克当作奥地利的附庸国。5月23日，一群武装群众和新教徒手拿铁棒长矛冲进了王宫，斐迪南国王仓皇逃跑。群众逮住国王的两个忠实幕僚，将他们从20多米高的窗台摔了下去。

纪元,它刊登全欧洲的新闻,特别关注战争、贸易和自然灾害等题材。

1620年11月8日,奥地利军队和波希米亚起义军在布拉格附近决战,起义被镇压下去。为了让隔海相望的英国人了解战事,荷兰人在阿姆斯特丹为他们创办了最早的英文报纸《来自意大利、德意志等地新闻》(*Corrant out of Italy, Germany, etc*),时间是1620年12月2日。首批运到英国的一期报道了布拉格之战。由此不难看出有关报道的时效性,以及“海上马车夫”荷兰人往国外出口报纸的效率和速度:

纽伦堡来信言及,从波希米亚边境获悉:国王^①和巴伐利亚公爵^②大战于布拉格,双方各有1000人阵亡,唯巴伐利亚公爵是否与部下进入布拉格尚不得而知。^③

美国学者米切尔·斯蒂芬斯指出,随着定期新闻媒体的出现,一种判断新闻新鲜性的新的参考框架得以形成。一份报纸的每一部分都是为了让先前的部分过时,因此一份定期出版物事实上建立了对应于它那个时期的时效性标准。对于周报来说,上周可用的新闻似乎将失去时效。定期性还将引致把环境情况作为新闻加以评估的标准。新闻书和新闻歌谣往往只关心胜利或灾难发生的那一刻。在这些一次性出版物上,大多数战争被化约为一系列战役加上一个和约,事实上结果脱离了原因,原因也脱离了结果。^④

由于不定期小册子和大幅单面报纸的大量使用,战争宣传在这场战争中掀开了新的一页。^⑤小册子的页数从4页到300页不等,平均为12页到30页。大幅单面报纸的页面内容通常为上图下文,即上部为描绘战争和相关场面的插图,下部为韵文体说明文字。小册子和大幅单面报纸都在印刷所和街上售卖。据说,韵文体说明文字是用来吟唱的,因为这些文字能够与某首民歌曲调相配。官方宣传显然由王公贵族提供印刷费用,而半官方或私人宣传则由书商或出版商经营,偶尔得到官方津贴。这些印刷品的题材除了战争本身以外,甚至还包括报纸印刷所和报童。^⑥

战争初期,争取各方支持成为印刷品宣传的主要诉求。波希米亚贵族和斐迪南国王都发行小册子,呼吁德意志各邦提供军援。在这些所谓的“蓝皮书”中,波希米亚人强调其行动的合法性,而哈布斯堡一方则称波希米亚人起义为针对一位已被施礼国王的叛乱。在弗雷德里克1620年战败后出版的材料被用来吓阻德意志各王公出兵支持他。而弗雷德里克一方则在1621年将截获的信件刊印出来,以证明哈布斯堡阴谋将弗雷德里克的德意志领土割让给巴伐利亚公爵。^⑦

这场战争是天主教与新教之争的延续。为了对抗新教的勃兴,尤其是遏制荷兰和英国这两个新教商业殖民帝国的扩张,教皇格雷格里十五世(1554—1623)下令成立信仰

① 指波希米亚国王弗雷德里克(1596—1632),巴拉丁选帝侯,代表新教一方出战。

② 指马克西米连一世(1573—1651),巴伐利亚选帝侯和公爵,代表天主教一方出战。

③ Anthony Smith. *The Newspaper; An International History*. Thamesand Hudson Ltd, 1979.

④ Mitchell Stephens. *A History of News*. Penguin Books, 1988.

⑤ 美国学者埃尔莫·A·贝勒1940年出版了《三十年战争中在德意志的宣传》一书,书中收录了大量德语印刷品。参见 Elmer A. Beller. *Propaganda in Germany during the Thirty Years War*. Princeton University Press, 1940.

⑥⑦ Elmer A. Beller. *Propaganda in Germany during the Thirty Years War*. Princeton University Press, 1940, pp. 5-6.

宣传圣会 (Congregatio de Propaganda Fide), 这是“宣传”一词在西方语言中的最早使用。

二、阿姆斯特丹作为欧洲出版中心

今天的荷兰和比利时是古罗马恺撒时代的高卢-比利其 (Gallia Belgica) 行省的一部分。中世纪曾出现许多封建小国, 到 16 世纪前长期处于封建割据状态。除了列日亲王主教区外, 这些小国在 14 世纪联合成勃艮第尼德兰, 16 世纪 40 年代成为十七联省。在西班牙哈布斯堡王朝新兴的强大军事力量面前, 尼德兰大部分省区屈服了。1568 年爆发反抗西班牙统治的“八十年战争”(1568—1648, 最后 30 年成为“三十年战争”的一部分)。低地国家的北部省份通过建立乌德勒支联盟在 1579 年脱离西班牙获得独立, 1581 年北部七省成立第一个现代意义的共和国——荷兰共和国 (正式名称为尼德兰联省共和国, 1795 年因法国入侵而覆灭)。荷兰海军在“三十年战争”中的 1639 年击败西班牙舰队, 成为世界第一海上强国。随着“八十年战争”和“三十年战争”的结束, 西班牙在 1648 年承认北部联省独立, 而包括今日比利时在内的南尼德兰则先后由西班牙和奥地利哈布斯堡王朝统治。

(一) 阿姆斯特丹与“科兰特”

阿姆斯特丹在 17 世纪是最国际化的欧洲城市之一, 其商人周游各地。被认为是《来自意大利、德意志等地新闻》出版商のカスパー·范希尔滕 (Caspar van Hilten) 曾经在德意志生活过一段时间, 他无疑接触过印刷周报。在阿姆斯特丹, 各种宗教信仰的难民得到宽容, 甚至受到欢迎。该城市成为欧洲的船运和贸易首都: 保险同业公会于 1598 年成立, 东印度公司 1602 年注册, 一家交易所 1608 年开张, 汇兑银行 1609 年问世, 一家借贷银行 1614 年挂牌, 一家谷物交易所 1616 年出现, 西印度公司 1621 年组建。

阿姆斯特丹商人的活动范围已经扩展到东印度群岛和西印度群岛, 他们需要大量来自远方的新闻。1619 年, 当地有了第二份每周出版的印刷“科兰特”。到 1645 年, 至少有 8 份不同的周报和周二报在该城市出售。这些出版物向商人和其他读者提供的不仅有意大利和德意志以及“三十年战争”新闻, 而且有来自美洲、非洲和亚洲的海盗和海难消息, 这些新闻对于贸易商具有特殊的利益相关性。

如同整个荷兰一样, 17 世纪的阿姆斯特丹对各种宗教信仰和政治观点比较宽容, 包括将各种观点付印。按照历史学家的说法, 阿姆斯特丹成为“全世界的图书超市”。即便存在对印刷业的管制, 但是也很少强制执行。法国哲学家笛卡尔 (1596—1650) 的一些作品就是在阿姆斯特丹印刷的。法国和英国新闻史学家被迫承认, 他们国家最早的印刷报纸是在阿姆斯特丹出版的。

1620 年 9 月, 范希尔滕可能开始翻译他的各期荷兰文“科兰特”, 并在次日以法文重印, 名为《来自意大利、德意志等地新闻》(Courant d'Italie, Almaine, &c), 迄今只

有4份这种最早的法文报纸留存下来。由于严苛的出版控制,17世纪初的法国似乎还没有为印刷的“科兰特”提供沃土。直到受到“三十年战争”的刺激,一份印刷周报10多年之后才在法国生根。

(二) 来自异国的新闻

第一位用英语工作的报纸新闻工作者可能是荷兰人彼得·范登凯尔(Pieter van den Keere, 1571?—1646)。他是阿姆斯特丹的一名地图和印刷雕版工,曾经在伦敦生活多年。1620年12月2日,范登凯尔利用他与阿姆斯特丹的印刷商和伦敦的书商的关系,印行了没有报名的英文“科兰特”《来自意大利、德意志等地新闻》,它以如下歉意开头:“发自意大利的新消息尚未到来。”有研究者考证,范登凯尔的报纸几乎是逐字逐句翻译荷兰文“科兰特”,而关于英国的新闻则被删去,因为可能冒犯英国当局;对一些时间做了向前移动的处理,以便让相关消息显得比较新鲜。上文提到的报道布拉格之战的那一期,就是保存至今的第二份。

英国人不得不等待他们的第一批到达的、在阿姆斯特丹翻译和印刷的“科兰特”,尽管新闻的传送可能是需要迂回辗转的。在12月2日的《来自意大利、德意志等地新闻》之前的一期名为《来自科隆的新闻,11月24日》,内容是:20日来自纽伦堡的信件值得关注,他们从波希米亚边界发出警告说,在布拉格发生了一场大战。这样英国人不得不等待“科兰特”送到伦敦。尽管如此,这已经是他们得到的时效最强的印刷新闻了。

范登凯尔的竞争对手之一是布勒尔·扬斯(Broer Jansz, 1580—1652)。他在1621年7月3日印制了《来自意大利、德意志、匈牙利、西班牙和法兰西的新闻》(*Corante, or Newes from Italy, Germanie, Hungarie, Spaine, and France*)。这个总标题直接影响了两个多月后在伦敦出版的第一份英文“科兰特”。

“科兰特”不是一种周报,连续出版的各号的间隔在4天到46天之间不等。但是它们至少接近半月报的出版频率,并且是连续出版的。事实上,“科兰特”对“三十年战争”的报道从未留下大的空缺。它在时效性和周期性方面迥异于16世纪和17世纪初的新闻书和新闻歌谣。新闻书和新闻歌谣的出版商可能偶尔会将一则新闻故事快速付印,但是他们也会向渴望新闻的读者提供几个月前的故事。而“科兰特”的出版商不仅要將下一期作为传递最新报道的工具,而且还要应对读者“期待本周新闻”的压力。没有哪个新闻书和新闻歌谣的出版商被迫在出版物上承认来自任何地方的“新消息”“尚未到来”,因为他们的出版物可以等待。但是报纸不能这么做。自诩为“每周历史学家”的英国讽刺作家和周报主编理查德·斯蒂尔(Richard Steele)18世纪初在他的报纸上写道:“当一个人以赶公共马车为业之后,他就有了责任。不管有没有乘客,他都要上路;这很像我们这些每周历史学家。”^①

^① Mitchell Stephens. *A History of News*. Penguin Books, 1988, p. 159.