

全球化与 中国国家电视文化安全

GLOBALIZATION AND CHINA NATIONAL TV CULTURE SECURITY

张志君 著

中国传媒大学出版社

全球化与 中国国家电视文化安全

GLOBALIZATION AND CHINA NATIONAL TV CULTURE SECURITY

张志君 著

中国传媒大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

全球化与中国国家电视文化安全 / 张志君著. 北京: 中国传媒大学出版社, 2005. 9

ISBN 7-81085-605-7

I. 全... II. 张... III. 国际化-影响-电视事业-中国-研究 IV. G229.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 097655 号

全球化与中国国家电视文化安全

作 者 张志君

责任编辑 赵 欣

责任印制 曹 辉

封面设计 博鳌国际

出 版 人 蔡 翔

出版发行 中国传媒大学 出版社 (原北京广播学院出版社)

北京市朝阳区定福庄东街 1 号 邮编: 100024

电话: 86-10-65450532 65450528 传真: 65779405

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

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 787 × 1092mm 1/16

印 张 14.25

版 次 2006 年 1 月第 1 版 2006 年 1 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 7-81085-605-7/K · 416 定 价: 36.00 元

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换

序 言

英国开放大学政治学与社会学教授戴维·赫尔德等人认为：“尽管3000年前社会之间的文化互动已经非常复杂，但是，形象与符号的剧烈运动以及思维模式与交流模式的广泛传播是20世纪晚期和新千禧年的独有特征。”这话说得有一定道理。的确，全球化的源头从理论上说，可以追溯到古罗马时代，但真正意义上的全球化却勃兴于20世纪中晚期，进入新千年之后才愈演愈烈。

中国的改革开放发端于1978年，驶上稳步发展的“快车道”则是在中共十四大以后的20世纪90年代。

原本对于普通中国老百姓非常遥远的“全球化”因为改革开放而变得近在咫尺，并且每天都在与我们发生着关系：“麦当劳”与“麦当娜”一向被西方学者视为全球化的两个重要象征。前不久，有关麦当劳的某些快餐食品中含有致癌物质苏丹红的报道不仅让美国老百姓震惊，同时也让中国的普通消费者震惊，这在改革开放之前是绝对不可想象的事情。

20世纪中晚期开始勃兴的全球化，在我看来，其最直接的诱因乃是几个世纪以前因航海业的发达而导致的所谓“地理大发现”。这次“地理大发现”直接导致了后来的殖民地运动，欧洲的一些早期资本主义国家因为地理大发现而以近乎疯狂的速度在海外建立自己的殖民地，造就了一批像英联邦这样的拥有庞大的海外殖民地的“日不落帝国”，这种现象一直延续到二次世界大战以后的20世纪60年代。其后，得益于“人民要革命，国家要独立，民族要解放”的非殖民化潮流，许多原本属于西方列强的殖民地纷纷开始了独立运动。截止到20世纪末，这些原来的殖民地国家绝大多数至少在形式上获得了独立。

20世纪中后期开始，借助于技术的手段和制度的手段，西方发达国家开始大力倡导并积极推动经济全球化，并以此为基点，开始悄然地推行政治全球化，甚至企图达到文化的全球化，最终实现以西方“化全球”的目的，他们为此而悄然开始借助一些“工具”对对象国的普通百姓开始新一轮的“殖民”——文化殖民。

此轮“殖民”与几个世纪前开始的那场殖民运动存有较大的不同。几个世纪以前开始的那场殖民运动主要是人口的殖民，目的是“他们”强制性地来到“我们”世代所生息的地区生活，挤占“我们”的物理生存空间，掠夺“我们”的物质财富。而20世纪晚期开始的这场“殖民”则是想通过对“我们”进行“洗脑”，改变“我们”的生活方式，让我们不加选择地认同“他们”的一切好的东西与坏的东西——从先进的科学技术到同性恋。目的是将“我们”变成“他们”，从而达到“不战而屈人”的目的。

从危害的程度上看，这场新的“殖民”运动对中国老百姓的危害程度远远大于几个世纪以前的那场殖民运动。

几个世纪前的那场老的殖民运动，西方殖民者凭借的是洋枪大炮等“热兵器”横冲直撞，而发端于20世纪晚期的这场新的殖民运动，广播影视文化产品及服务则在某种意

义上成了西方列强“全球化”的急先锋。特别是当这些“急先锋”借助一些表面上看不具备什么意识形态色彩的“游戏规则”制度化、合法化地对对象国“攻城掠地”时，其威力之大远远超过了人们的想象。

广播影视三种传播媒介当中，电视对中国老百姓的影响最大，由于中国在加入世界贸易组织时所做的相关承诺，中国已经部分地开放了电视市场，再加上有关管理部门“主动开放”的一些重大举措，如国家广电总局 2004 年颁布的第 44 号令，即《中外合资、合作广播电视节目制作经营企业管理暂行规定》，中国本土的国家电视文化安全问题开始“浮出水面”。值得一提的是，由于种种原因，特别是外来电视文化表面上的非意识形态化的特点，由于他们更多以娱乐、搞笑的模式进入中国，使得相当一部分中国老百姓并没有十分清醒地认识到自己国家的电视文化安全存在着某些隐患，更没有意识到甚至他们自己也有被西方新殖民者“文化殖民”的危险。

本书作者能够将中国国家电视文化安全放到“入世”和“全球化”的大背景中加以冷静地思考，在认真调研的基础上用大量的数据和事实说话，分别从“全球化与文化传播安全”、“并不只与经济有关的 WTO”、“入世对中国国家电视文化安全的整体影响”和“后 WTO 时代如何确保中国国家电视文化安全”四个向度展开，有理有据。

细读全书，可以看出，作者对文献资料的掌握非常广博，整部著作直接引用的文献资料多达三百多处。其中，既有已经翻译过来的大量的国外文献资料，也有大量从外文原著中直接获得的资料，空间涵盖面广，时间跨度大，材料新颖，所用资料具有非常高的可靠性。根据行文的需要，作者综合采用了文艺学、文化学、经济学、统计学、哲学、文艺美学等研究方法，提出了包括“电视文化主权”等在内的很多新提法，提出了包括“WTO 对文化传播具有很强的张力”等在内的很多新判断，提出了包括“应尽快建立中国国家电视文化安全预警系统”等在内的很多有价值的新建议，具有很强的实用性，建议国家有关主管部门的负责同志抽出点时间认真读一读。

我与作者相识多年，可谓是忘年之交，彼此之间有很多共同的观点。据我所知，本书乃是作者在职攻读中国传媒大学影视艺术学院广播电视艺术学博士学位时所写的博士论文，该论文不仅获得由 5 位博导组成的博士论文答辩委员会的一致通过，并因选题的新意和论述的严谨得到了一致好评。刚刚获悉，作者又将赴北京师范大学艺术与传媒学院博士后流动站做在职博士后。

作为宣传思想文化战线的老兵，我时时关注中国国家的文化安全，当然也包括中国国家电视文化安全。作者能够将自己的学术研究与祖国文化传承及祖国文化安全，特别是祖国的电视文化安全联系在一起，耐得住寂寞，敢于说真话，不唯上，不唯书，只唯实，在充分占有相关数据和资料的基础上，对于某些已经被有关方面视为“定论”的做法从学理的层面提出了质疑，凸显了作者的学术品格、道德勇气、忧患情怀，在作者身上我看到了另一种“入世”——中国传统文化中“位卑不敢忘忧国”的“入世”。

是以乐于酷暑中为之作序。

刘忠德

2005 年 7 月

〔序言作者曾任中共十四大新闻发言人、中宣部第一副部长兼文化部部长，现任全国政协教科文卫体委员会主任委员、中国工程院主席团顾问〕

前 言

作为我们这个时代的一个重要标志，“全球化”正以前所未有之势进入每一个国家的政治、经济、文化、军事的议程，日益影响着我们的生活。“居于支配地位的全球化话语已经被提升到这样一个高度：它似乎‘无处不在’”。^①

对于“全球化”，任何国家可能都至少有以下三种选择：一种是全盘接受，毫无保留地心甘情愿地去被“化”进这股至今仍看不到终点的进程当中。一种是全盘拒绝，认为“全球化”是一些发达国家“化全球”的一种话语、一种工具、一种手段，必须“御之于国门之外”而后快，朝鲜可能是这类国家中的一个代表，而古巴则公开站出来对某些作为全球化重要表征的跨国机构进行批评——卡斯特罗曾经在2000年于哈瓦那举行的一次77国集团首脑会议上公开呼吁“毁掉”作为全球化重要表征之一的国际货币基金组织。他说：“让这个可恶的机构和它所代表的哲学消灭，对于第三世界来说是至关重要的。”^②还有一种是冷静面对，积极参与，但保有自己的“底线”。

不同的国家，不同的民族，不同的社会团体，不同的个人都可能会因为自己对“全球化”的解读和判断的不同而作出不同的选择。

对于中国这样一个已经踏上改革开放道路的正在向现代化迈进而又不可能割弃历史、自绝文明命脉的大国来说，全球化既不应被视为是可以疗治百病的“妙药灵丹”，也不应被视为可能一“化”就亡国的“洪水猛兽”。“和而不同”这一古训可能是几千年后今天的中国人应对“全球化”的最佳选择。可能正是基于这种考虑，中国的主流话语层才会非常执着地为成为全球化重要表征之一的关贸总协定和世界贸易组织的成员而不惜将“黑发人谈成了白发人”（前国务院总理朱镕基语）。“黑发人谈成了白发人”的过程既体现了中国对“入世”（此处的“入世”既可以被视为是“加入世界贸易组织”的简称，也可以被视为与中国传统文化中的“出世”相对）的执着，也体现了中国对待融入全球化的一种态度，那就是：中国既是一个渴望开放的国家，更是一个讲究原则和尊严的大国，我们从来都是有一些基本的谈判“底线”的。“入世”只是我们应对全球化的一种战略抉择，而并非我们全部的战略抉择。

谈到“入世”，就无法绕开WTO。关于WTO，我们似乎知道得很多——“斜阳古柳

① [英] 戴维·赫尔德等著，杨雪冬等译：《全球大变革：全球化时代的政治、经济与文化》，社会科学出版社，2001年版，第11页。

② 同上，第18页。

赵家庄，负鼓盲翁正作场。身后是非谁管得，满村听说蔡中郎”。在“入世”的前后，上自政府高官，下至平民百姓，举国都在谈论 WTO。但是，我们实际上了解的又似乎太少：至少在我们所应该了解的 WTO 和我们所实际了解的 WTO 之间还存在着一个巨大的“灰色地带”。曾经在互联网上看到一位非常有名的经济学家对中国“入世”所做的强烈质疑，这位专家措辞之激烈最初曾经令我感到有些难以接受，但“家有偃儿，可保其家，国有诤臣，不亡其国”，流传至今的古训在现代社会仍不失其一定的警示作用。

对于 WTO，我们更多知道的是它是一个国际性经济组织，有 100 多个成员，但我们却往往忽略了 WTO 所具有的某种意义的“反政府”、“反国家”色彩，忽略了 WTO 对传统的主权国家和主权政府的某种意义上的消蚀和解构作用；关于 WTO，我们往往更多地知道它在世界经济贸易中所扮演的重要角色，更愿意从善良的愿望出发相信我们的某位“入世”谈判代表所说过的“WTO 与电视无关”的言论，而实际上却往往忽略了 WTO 与关贸总协定相比所具有的对影视文化的特有“张力”，忽略了 WTO 通过其三大框架协议（GATT——关税和贸易总协定，GATS——服务贸易总协定，TRIPS——与贸易有关的知识产权协定）对关贸总协定所做的“暗中修正”，以及为将影视文化贸易前所未有地纳入到自己的“势力范围”中来所作的“议程设置”，和为“影视贸易自由化”埋下的“伏笔”；关于 WTO，我们可能更多地了解它为 100 多个成员提供了一个贸易谈判的“平台”，而往往忽略了它自身所特有的对文化和文明差异的忽略甚至漠视；关于 WTO，我们可能更多地知道它的有“人”无类（不必非得是主权国家才可以加入，“特别关税区”也可成为 WTO 的成员），而往往忽略了它可能会对包括中国在内的、由于种种原因尚未实现国家完全统一，事实上存在几个“特别关税区”的国家的内政有可能产生的显在的和潜在的影响。

这些信息掌握和占有过程中应该知道的和实际知道的之间的“不对称”现象理应引起我们的高度警惕：“关贸总协定有时被认为是一个神秘的组织……关贸总协定法律的复杂性、程序的特殊性和谈判在其运行中的重要作用，都使那些不具备关贸总协定活动方式知识的人，感到很难去认识其庐山真面目。”^①与关贸总协定相比，WTO 的复杂性有过之而无不及，对于它的“庐山真面目”我们同样需要尽可能地做“跳出此山中”的认识：

众所周知，WTO 的前身是作为一个准国际性组织的 GATT（关税和贸易总协定），该协定于 1947 年 10 月 23 日由 23 个国家在日内瓦正式签署，1948 年 1 月 1 日起正式生效，中国是当时发起成立 GATT 的 23 个国家之一。1949 年 10 月 1 日以后，随着中国大陆政权的更替，中华人民共和国政府成为代表全中国的唯一合法政府。

1950 年 3 月 6 日，台湾当局通过它当时的“常驻联合国代表”，以“中华民国”的名义照会联合国秘书长，宣布退出关贸总协定，此举虽然获得了当时的联合国秘书长的同意，但却遭到了包括捷克斯洛伐克在内的一些 GATT 缔约国的质疑。1971 年，联合国大会通过 2758 号决议宣布恢复中华人民共和国在联合国的合法席位。1972 年 5 月，中华人民共和国成为联合国贸发会议和关贸总协定的下属机构国际贸易中心的成员。1982 年 11 月，在不损害缔约方地位的前提下，中国第一次派代表团以观察员身份列席了关贸总协定召开的第 38 届缔约方大会。1986 年 7 月 10 日，中国常驻联合国日内瓦代表团大使钱嘉东照会当时的关贸总协定总干事阿瑟·邓克尔，正式提出了恢复

① 任泉著：《WTO 知识全书》，经济日报出版社，2000 年版，封底页。

中华人民共和国关贸总协定缔约方地位的申请。自那以后，直到2001年11月11日，先是争取“复关”，后是争取“入世”，几近20年的时间里，中国政府以极大的耐心始终为进一步扩大开放而不懈努力，经历了无数的一波三折和多次的功败垂成，中国终于成为WTO大家族中的一员。“入世”对于中国本土的各个行业、各个领域都是一种相对比较复杂的情感体验和相对更为复杂的实务考验，在新的“语境”中，每个行业都不再可能“躲进小楼成一统，管他冬夏与春秋”。中国国家电视文化安全问题也因之开始更加清晰地“浮出水面”。

平心而论，随着中国社会自1978年以来的不断对外开放，和以卫星电视、家用视频录放装置等为重要表征的高新技术引进中国并服务于中国本土的千家万户、芸芸众生等因素的综合作用。中国国家电视文化安全问题事实上在中国“入世”以前就已经存在，而“入世”则是将这一问题“位移”到一个新的制度化的“语境”当中。换言之，与以前的相对隐蔽进入、分散进入，未得到制度性保障的进入相比，借中国“入世”所做的相关承诺，挟WTO的相关“游戏规则”而来的国外或境外的电视文化机构现在可以正大光明地、成建制地、制度化地向中国本土消费者提供他们想要提供的电视文化产品和服务。而这些电视文化产品与服务可能是中国本土电视文化消费者不得不接受的，而非真正需要的！马克斯·韦伯所称的“新教伦理与资本主义精神”在外来电视文化机构那里具有了21世纪的新的阐释：无论是纯粹为了赢利的目的，还是下意识地或有意识地将某些文明（这里主要是指西方文明）做“普世化”的推广，国外或境外的电视文化机构在向中国本土的电视文化消费者提供产品和服务的同时，也在潜移默化地影响着中国本土的电视文化消费者，对于这种影响没有必要风声鹤唳、草木皆兵，但视而不见、听之任之，也同样不足取。中国古人说过“树欲静而风不止”，这句话在今天仍然具有警示价值。

美国宾夕法尼亚大学传播学系教授乔治·格博纳在1993年开展的一项研究发现：“美国生产的暴力内容节目更多地用于出口。通过一项仅在美国收看的一组节目的调查，他发现犯罪片节目仅占这类节目的17%，但在销往国外的节目中，犯罪与动作片题材占46%。”^①

“在曼谷的一所幼儿园，老师们最近吃惊地发现，一个3岁男孩竟和一个同班女孩模仿性交，其余的孩子则在一旁鼓掌喝彩。幼儿园的老师了解到，原来这两个孩子同他们的父母一起经常观看美国进口的x级录像带。”^②

当我们极力想要走向世界、融入世界的时候，我们应该站在“入口”处仔细地思考一下，我们是谁？我们想要进入或不得不进入的这个“世界”从何而来？谁在主宰着或左右着这个“世界”运作的秩序？这个“世界”是不是到处莺歌燕舞，尽是铺满鲜花的坦途？

曾经有专家专门写文章提到：“美国等国以《国际广播法》、《促进自由法案》、《美国之音“冷战”后的六大任务》、公共外交文件等一系列立法、国家政策的方式，明确把中国、缅甸、越南、伊朗、伊拉克、朝鲜等国列为美国要‘对抗’的国家，列为推行美国

① 《美国向国外输出电视暴力节目》，原载中国国际广播电台研究室等主办：《世界广播电视参考》，1995年第9期，第25页。

② 《录像带的颠覆力量》，原载中国国际广播电台研究室等主办：《世界广播电视参考》，1989年第12期，第3页。

式民主自由的‘关键’地区和‘重点’国家，是舆论战的主要目标。”^①

而美国之音（VOA）的主要负责人早在上个世纪90年代就指出，“冷战”后“美国之音”的六大任务之一就是“输出美国的广播、电影、电视价值观”、“对抗共产党和极权国家”，^②美国国会的一些参议员和众议员，也一直不忘借助广播、电视融化掉中国这样的实行社会主义制度的国家。

对于这些非常意识形态化了的东西我们固然没有必要将它们原封不动地平移到 WTO 的语境中来加以研判，但是，在这样的外部“生态环境”下反观“入世”后的中国国家电视文化安全问题，不失为一种必要的参照。中国古人说：“生于忧患，死于安乐！”这句话今天读来仍具有一定的现实意义。

将“入世”与“中国国家电视文化安全”问题联系在一起，确实有其内在的联系和外在的价值。

我们不可能脱离我们所生活的时代去做一个穿越“时空隧道”的天外来客，我们也不可能脱离我们所在的国度去做一个“无祖国”的全球公民，将“入世”与“中国国家电视文化安全问题”联系在一起加以考量，其目的不是或至少不仅仅是为了提出问题，而是为了寻求解决问题的思路与方法，这是一个生于斯、长于斯的学习者和研究者义不容辞的责任。

要在“入世”的大背景下确保中国本土的电视文化安全，任务非常艰巨，要完成好这个任务，要做的工作可谓“千头万绪”。依笔者的拙见，不妨先从树立全体国民的“国家电视文化安全意识”入手，通过有效倡导和广泛传播完成三个“转化”：其一，使相关人员的国家电视文化安全意识实现由“自在”阶段向“自为”阶段的转化；其二，使国家电视文化安全意识完成由“知识分子的戒备心”向“全体国民的居安思危之心”的转化；其三，完成由“狭义的电视文化安全意识”向“广义的电视文化安全意识”的转化。在国家电视文化安全意识出于口、入于心、深入于大脑的前提下，倡导一种“和而不同”的积极、冷静、健康的“入世”心态，承认与“外来者”的差异性，寻找共同点，坚守自己应该坚守的“底线”；而从国家层面，则应克服不必要的“心理障碍”，合情合“理”地对外来电视文化机构所提供的产品和服务进入中国进行必要的干预，这一点国际上早已有数不清的惯例，我们不能也不应该被一些“心造”的幻影捆住手脚。同时应想方设法通过包括“非关税手段”在内的种种手段对本土的电视文化产业机构进行必要的扶持，提升本土电视文化机构及其所提供的电视文化产品与服务的“外部利益”，降低其可能存在的“外部成本”，妥善利用包括政治、经济、外交、文化、军事等诸多方面的可用资源，为中国本土的电视文化机构“走出去”用好两个市场提供强有力的支撑。同时应尽快建立并逐渐完善“国家电视文化安全预警系统”，使其发挥动态监测的作用，见微知著，未雨绸缪；中国本土电视文化机构自身当然也应该有所作为，因为中国国家电视文化安全其中也包括本土电视文化机构自身的安全，在为中国国家电视文化安全“添砖加瓦”的同时，中国本土的电视文化机构实际是在进行“自我救助”，“天助自助者”，这句话还是很有哲理的。

① 温飏：《西方主要发达国家新一轮国际舆论战特点浅析》，原载中国国际广播电台《世界广播电视参考》，2004年第8期，第3页。

② 陈敏毅：《国际广播的政治属性和作用》，原载中国国际广播电台《世界广播电视参考》，2005年第2期，第8页。

目 录

序言

前言

第一章 全球化与文化传播安全

第一节 全球化语境中的国际传播/1

全球化语境与我们的抉择/与“全球化”同样历史悠久的“国际传播”/技术的进步对“全球化”传播的影响/国际传播的层级性和不平衡分布性

第二节 南北差异与文明冲突/15

“冷战”的终结与“南北差异”和“文明的冲突”/人口的重新分布对各个国家已经定型的民族文化认同的影响

第三节 民族传统文化守望/19

对于“信仰的迷失”或“信仰被暗中置换”的忧虑/对“价值观”可能被恶意改造的担忧/“文化模式”的可能被暗中置换构成了民族国家精英知识分子的另外一个隐忧

第四节 文化同化与反同化/24

“祖母的同质化”现象/“地球村”，神话还是现实？/“反宣传”的名义与信息“单向流动”/“人权”和“主权”的歧见与跨国传播纠纷/不同文化固有的“刻板印象”对跨文化交流的影响/文化偏见导致跨国交流和跨国传播时不能平等对待对方/“文化冲击”对跨国交流与跨国传播的影响

第五节 国际传播新秩序的建构与文化安全/35

革命，还是改良？世界传播新秩序的建构/异质文化的“病毒”与“文化精神分裂症”/非文化因素与“自以为是”的集体无意识/“文化安全”：一个国家和民族维护其生存和发展的“最后底线”

第二章 并不只与经济有关的 WTO

第一节 冷眼旁观 WTO/43

WTO 本身所具有的“非国家”性质/WTO 语境下的政府机构：代表谁的利益？

第二节 WTO 与文化传播/46

WTO 与文化传播的关系/WTO 对电视文化的“张力”/WTO 对文化与文明界限的超越/WTO 对公众舆论的“议程设置”的“语境”预设

第三节 WTO 的内外部关系及未来走向/58

WTO 与成员间的“外交”博弈/WTO 与其他国际性组织的关系/WTO 的未来走向

第三章 “入世”对中国国家电视文化安全的整体影响

第一节 “入世”对中国国家电视文化主权的影响/63

WTO 对主权国家电视文化主权的“侵蚀”与“蚕食”主要有“硬”、“软”两种方式/WTO 对中国国家电视文化主权之重要组成部分的相关“立法权”、“司法权”、“行政权”的挑战

第二节 “入世”对中国本土电视文化产业的影响/66

影响中国官方出台有关电视文化产业的宏观政策/影响中国对电视文化产业的中观和微观政策的调整/影响评估

第三节 “入世”对中国本土电视文化机构的影响/69

中国确实没有承诺开放电视播出机构给外国人或外国机构，但对电视机构所赖以生存的电视产品销售领域却分别作了较大幅度的开放承诺/“电视文化产品的第二次销售”领域所作的相关承诺及影响评估/“电视产品的第三次销售”领域所作的相关承诺及影响评估

第四节 “入世”对中国电视文化产品的影响/75

“入世”对中国电视文化产品的供给和获取渠道的影响/“入世”对中国电视文化产品的内容和形式的影响/“入世”对中国电视文化产品价值方面的影响

第五节 “入世”对中国电视文化产品消费者的影响/77

“入世”对中国电视文化产品消费者最直接的影响就是在中国广大的消

费者中间培养出一批为数甚多的国外或境外电视文化产品的追捧者甚至痴迷者/中国本土的部分亚文化群体的审美偏好和价值取向可能出现向境外趋同的趋势/使中国本土传统文化在一部分国民中的影响力可能衰微甚至消失殆尽

第六节 “入世”对中国本土电视文化“生态环境”的影响/80

随着中国的“入世”，通过制度化渠道进入中国的中国电视文化资源的合法分享者将进一步增多/相关机构借助“入世”合法进入相关文化产品的供给领域，对中国电视文化资源市场的本土背景的电视文化机构形成了某种意义上的制度化挤压和合法性侵占/对“新教伦理+资本主义精神”的背弃与“反动”，使合法进入中国电视文化资源市场的境外背景的资源分享者有可能对作为非本土资源的中国电视文化资源进行“掠夺性开采”

第七节 “入世”对中国电视文化技术的影响/85

对中国本土电视文化技术及其物化产品生产机构的波及及影响/对中国本土电视文化技术及其物化产品的应用机构的影响/对中国本土电视文化技术的非电视机构消费者的影响

第八节 “入世”对中国国家电视文化进出口贸易的影响/89

中国电视文化产品和服务所能够进入的国外及境外市场与它所“被迫”开放的国内市场严重不对称/为未来的进一步开放乃至“影视文化产品和服务的贸易自由化”埋下了一个意味深长的“伏笔”

第四章 后 WTO 时代如何确保中国国家电视文化安全

第一节 树立国家电视文化安全意识/92

由“自在”的安全意识向“自为”的安全意识的转化/由“知识分子的戒备心”向“全体国民的居安思危”的转化/由“狭义的电视文化安全意识”向“广义的电视文化安全意识”的转化

第二节 和而不同 优态共存/96

差异性客观存在的，我们必须客观地看待和对待它们/差异性是多样性的前提/知己知彼，搞清差异性的存在原因/共同点是不同电视文化合作的基础/共同点可以为合作的各方优势互补提供一个平台/寻找“共同点”有利于“化敌为友”，对于已不利甚至有害的外部势力进行尽可

能的整合/和而不同乃是有追求、有尊严、有智慧的电视文化的一种共性/和而不同乃是本民族本国家各种因素综合作用的结果/和而不同乃是“战术”与“战略”的有机结合与完美统一

第三节 建立国家电视文化安全预警系统/104

由谁来建构国家电视文化安全预警系统/国家电视文化安全预警系统应包括整体性、层次性、稳定性、适应性、历时性/国家电视文化安全预警系统的各个子系统

第四节 政府部门的必要干预/107

政府部门应克服不必要的“心理障碍”，轻装上阵/政府应当成为电视文化产品及服务所承载的外部利益的“奖励者”/政府干预的各种可供选择的手段与路径

第五节 本土电视文化产业应全力追求可持续发展/122

处理好对内开放与对外开放的关系/处理好主动开放与被动开放的关系/处理好电视传播及覆盖中的效益与公平的关系/处理好电视技术创新的“前景美好”与“推进困难”的关系/处理好“规制”过程中“进足”与“退够”的关系

第六节 本土电视文化机构应有所作为/129

必须学会与“外来者”正常相处/中国本土电视文化机构应善于“博弈”/中国本土的电视文化机构应想方设法“走出去”，用好两种资源、两个市场/中国本土的电视机构自身应采用各种手段，迅速将自己做强做大/巧借“外力”，趋利避害，化解影响我国国家电视文化安全的主要因素

结 语 “博弈”正未有穷期，安全是一个长久的话题 /143

附 录 WTO135 个成员国（地区）电视机构基本状况及因应 WTO 的主要策略 /145

主要参考文献 /212

后 记 /216

第一章 全球化与文化传播安全

第一节 全球化语境中的国际传播

一、全球化语境与我们的抉择

“全球化”是一个非常多义的概念，也是一个非常摩登的概念，被称为英国首相布莱尔的“精神导师”的安东尼·吉登斯曾经这样写到：“（全球化）这一术语已经从无人使用变为无所不在；如果不提到它，任何政治演说都是不完整的，任何商业手册都是不受欢迎的。”^①无论在事实认定和价值评判上有多少分歧，“全球化”作为当代经验的一部分已是无可辩驳的存在。

对于“全球化”，一般说来，国内外学术界主要有三种态度：一种是极力赞成，一种是极力怀疑，还有一种是持比较客观的态度。但不管怎么说，“全球化”作为一种被有关各方广泛关注的叙事客体，已经并且还将继续成为当代社会各个相关领域的一种观察、思考、行动的“语境”，这一点确已成为不争的事实。对于“全球化”，可以做各种各样的解读：“关于全球化的内涵，有人认为是超越构成现代世界体系的民族国家的复杂多样的相互联系的结合，有人认为全球化包含着改变社会的空间和时间秩序，全球交往网络和复杂的交换系统正减少本地环境对人民生活的约束等等。”^②也有人试图从各个不同的领域给“全球化”下定义，“经济学家大多把它视为世界各国在生产、分配、消费等方面的经济活动的一体化趋势。主要表现在生产、贸易、投资、金融等领域全球性的自由流动，或指生产要素的全球配置与重组，及世界各国经济高度相互依赖和融合的表现；政治学家视之为民族国家世界体系的最后形成及世界新格局的战略体现；文化学家多指不同文化间的相互渗透与融合，不同文明的全球整合和知识体系的全球传播，或指人类利用高科技成果，克服自然界造成的客观限制而进行的全球信息传递和交流；社会学家、未来学家则更多关注的是全球性问题，认为全球化是生产力和社会关系在时间与空间维度上的全球扩散。”^③可谓众说纷纭。限于篇幅，这里不可能一一罗列。在综合考量了各家的说法后，

① 安东尼·吉登斯著，郑戈译：《第三条道路——社会民主主义的复兴》，北京大学出版社，2000年版，第30页。

② 张骥、刘中民等著：《文化与当代国际政治》，人民出版社，2003年版，第361页。

③ 倪世雄、蔡翠红：《西方全球化新论探索》，原载《国际观察》，2001年第3期。

笔者认为,关于“全球化”的内涵,可以从历时性和共时性两个角度加以观察,上述各家一般都是从共时性的角度对全球化做了各种各样的描摹,其实,我们完全还可以换一个视角,从历时性的角度对“全球化”进行一番观察。马克思和恩格斯曾经这样写道:“资产阶级,由于开拓了世界市场,使一切国家的生产和消费都成为世界性的了……新的工业的建立已经成为一切文明民族的生命攸关的问题;这些工业所加工的,已经不是本地的原料,而是来自极其遥远的地区的原料;他们的产品不仅供本国消费,而且同时供世界各地消费。旧的、靠本国产品来满足的需要,被新的、要靠极其遥远的国家和地带的产品来满足的需要所代替了。过去那种地方的和民族的自给自足和闭关自守状态,被各民族的各方面的互相往来和各方面的互相依赖所代替了。物质的生产是如此,精神的生产也是如此。各民族的精神产品成了公共的财产。民族的片面性和局限性日益成为不可能,于是由许多民族的和地方的文学形成了一种世界的文学。”^①这里,二位先哲虽然并没有直接提到“全球化”,但是,却给我们提供了一个历时性观察“全球化”的视角,从历时性的角度来加以考量,笔者比较认同这样的一个界定:“全球化是指人类从以往各个地域、民族和国家之间彼此分隔的原始闭关自守状态走向全球性社会的变迁过程。”^②当然,对于这一点必须做进一步的说明。从“变迁”和“动态”这两个角度出发,我们认为“全球化”既是“现在进行时”,又是“过去进行时”,也是“将来进行时”,它的历史最早可以追溯到几千年以前——“3000年前社会之间的文化互动已经非常复杂”^③。但是,一般比较公认的全球化还是发端于公元15世纪的地理大发现,其后从经济领域开始并逐步向其他领域蔓延,并逐渐成为一种世界性的现象。“全球化”的“蔓延”过程既是动态的,又充满了复杂的“博弈”,施动者与被动者之间的关系充满了一体化与反一体化,同化与反同化,集中化与反集中化,国际化与反国际化等错综复杂的关系。而且,随着全球化日益向多国家、多地区、多领域的蔓延,施动者与被动者之间的角色也往往存在着互相转换的可能,并且经常处于转换的过程之中,没有永远的施动者,也没有永远的被施动者,“人之贤不肖……在所自处尔!”^④“在一个日益全球化的世界里(其特征是历史上从未有过的文明的、社会的和其他模式的相互依赖以及由此而产生的对这些模式的广泛意识),文明的、社会的和种族的自我意识加强了。”^⑤关键是我们该如何进行战略抉择?

应对全球化可能有三种选择:一是全盘拒绝,在经济、金融、科技日益一体化的今天,全盘拒绝往往意味着慢性自杀。二是全盘接受,如当年土耳其的领袖基马尔所做的那样,问题是你接受人家,但人家却不一定接受你。塞缪尔·亨廷顿写道:“欧洲官员也赞同欧盟是一个‘基督徒的俱乐部’,‘土耳其太贫穷,人口太多,太穆斯林化,太强硬,文化上太不相同,一切都太格格不入’。”^⑥因而,土耳其想要融入欧盟的努力总是被无限期推迟。三是有选择地接受。塞缪尔·亨廷顿称持此态度者为“改良主义者”。“没有文化西方化的技术现代化”与“没有技术现代化的文化西方化”哪个更可取一些?当然

① 马克思、恩格斯:《马克思恩格斯选集》第一卷,人民出版社,第276页。

② 张骥、刘中民等著:《文化与当代国际政治》,人民出版社,2003年版,第367页。

③ [英]戴维·赫尔德等著,杨雪冬等译:《全球大变革——全球化时代的政治、经济与文化》,社会科学文献出版社,2001年版,第456页。

④ 司马迁:《史记——李斯列传》。

⑤⑥ [美]塞缪尔·亨廷顿著,周琪等译:《文明的冲突与世界秩序的重建》,新华出版社,2002年版,第58页。

是前者。对于中国人来说,最理想的抉择是而且只应该是:要现代化,不要西方化!在影视文化领域更应如此:“人们看到,亚洲‘新电影’大潮涌动般崛起于东方,凸现为一片东方文化的‘新大陆’。这一代新人,是在20世纪末亚洲电影的‘世纪性风潮’之变中破土而出的东方之子,他们正是以其对本土文化的自觉和对民族艺术形象的新发现而令全世界刮目相看。”^①

二、与“全球化”同样历史悠久的“国际传播”

法国学者阿芒·马特拉曾经专门论述过“国际化”(internationalization)与“全球化”(globalization)这两个词的关系,认为“国际化”这个词出现于19世纪末期,后来演变成为“全球化”,而后者则可以从拉丁语系中找到近似的词源——世界化(mondialisation)^②,而美国学者罗伯特·福特纳在其所著的《国际传播——“地球都市”的历史、冲突与控制》一书中则认为,“国际传播”(在福特纳的“话语库”中,“国际传播”是与“全球传播”同义的——引者注)的历史甚至可以追溯到古罗马、古埃及、古希腊、古巴比伦时代,“这些古帝国的疆域正是今天围绕在地中海的数十个国家,很明显,低估这些政权最早建立的‘帝国’传播是不公平的,它们通过传播建立起来的统治与联系的体制无疑已构成一种国际行为。”^③“国际化”与“全球化”一样,从某种意义上来说,一如流传颇广的“东方学”一样,都是西方学者创造出来的“话语体系”中的一部分,至少带有西方人的视角。因为西方人,尤其是某些西方学者,往往有意或无意地认为,只有西方的民族国家才是真正的现代意义的“国家”,只有西方的民族国家建立起来后才有真正意义上的国际传播。其实,倘若不那么狭隘,并且及时把目光投向东方,那么,西汉武帝时张骞出使西域各国,如大月氏、楼兰等实际上也可以视为另外一种国际传播(外交传播)。其后,一些以中华大地为居住地的宗教界人士如玄奘、鸠摩罗什等,或西去,或东来,虽然号称是“取经”或“弘法”,所做的其实也是一些广义的国际传播工作(宗教传播),只不过那个时候的西方还没有今天意义上的“民族国家”,所以今天相当一部分的西方学者不愿意承认他们所做的就是“国际”传播。到了公元11世纪,当现代意义上的民族国家开始在西方形成,并且开始相互交流的时候,西方人所说的“国际传播”也就随之出现了。

对“国际传播”可以做各种各样的考察,如果将“战争”与“和平”作为一个“参照物”,那么,我们可以将国际传播分为“战争状态下的非常态国际传播”和“和平状态下的常态国际传播”两大类。

1. 战争状态下的非常态国际传播

进行“战争状态下的非常态国际传播”时,传播行为往往会受到传播主体所在国的主流话语层的左右,被要求直接服务并服从于所在国的政治、军事利益。

① 黄式宪:《东方镜像的苏醒:独立精神及本土文化的弘扬》,原收录孟建等主编:《冲突·和谐:全球化与亚洲影视》,复旦大学出版社,2003年版,第146~147页。

② 陈卫星:《马特拉的词与物》,见[法]阿芒·马特拉著,陈卫星译:《世界传播与文化霸权:思想与战略的历史》,中央编译出版社,2001年版,序言第8页。

③ [美]罗伯特·福特纳著,刘利群译:《国际传播——“地球都市”的历史、冲突与控制》,华夏出版社,2000年版,第5页。

从广义上说,国际传播应属于国际交流的一部分,但却比“国际交流”更加充满不平等的“隐喻”。因为,“交流”一般来说至少在理论上还意味着有关各方是平等的,而传播则隐含着“传播者”与“受众”的先天性区别,由于充满不平等的“隐喻”,而且,事实上也确实充满了不平等的“玄机”。因此,国际传播常常与暴力乃至霸权连在一起,有时甚至被用来作为国家间进行政治、军事博弈的一个重要手段。阿芒·马特拉在撰写《世界传播与文化霸权》一书时将“战争”作为观察“国际传播”的三个概念工具之一,并且从历时性的角度罗列了“战争”与“国际传播”之间的密切关系,确实有其合理之处。值得一提的是,他的这种看法得到不少学者的认同:“1939~1945年间,除了遍布整个欧洲和亚洲的陆、海、空大战外,各国都不忘利用国际传播系统开展攻心战。”^①其实,岂只是在1939~1945年之间,早在第一次世界大战期间,有很多国家就已经借助政府这只“看得见的手”直接干预国际传播,并使得自己所能够掌控的国际传播直接而毫不隐晦地为本国的国家利益服务。这个方面的例子简直举不胜举:“一个好的宣传策略可能会节省一年的战争。这意味着会节省上千万英镑,无疑还有上百万人的生命。”——这是刊发在1918年10月31日的《伦敦时报》上的一段话,而交战的另外一方德国也充分认识到了利用先进的大众传媒手段进行国际传播以达到自己的战略目的的重要性,在官方的直接干预和官方背景的银行资本的直接支持下,德国于1917年专门成立了环球电影公司(UFA),并且在西部战场开始无线电广播的实验。^②《伦敦时报》上所说的“一个好的宣传策略可能会节省一年的战争”,这段话并非耸人听闻。据德国官方提供的统计数据显示,仅在第一次世界大战期间,就有4至5万名德国士兵开小差,这些士兵中有很多人就是因为读了英国等协约国的国际传播传单而逃离战场的。这里需要特别注意的是,由于技术的原因,早期的非常态下的国际传播,特别是第一次世界大战以前及第一次世界大战期间的国际传播一般都是定向直达的出版物,如漫画、传单等,有关各方为达目的,不择手段,留下了很多经典案例,其中最有名的大概是“你提供漫画,我提供战争”^③这句格言了。而随着技术的进步,到了第二次世界大战时期,有关各方在进行非常态的国际传播时就已经开始正式使用包括(但不限于定向直达的)纸介出版物在内的各种传播手段了。到了20世纪90年代,当战争爆发时跨国传播的大众传播媒介对于战争的狂热关注以及交战各方对于利用传播媒介直接为本国的政治、军事利益服务的执着与手段的娴熟均令人有不寒而栗的感觉。

一般说来,有关各方在对“战争状态下的非常态国际传播”进行干预时主要采取以下一些手段:一是设立专门的部门,直接对本国媒体的国际传播和境外媒体对本国的国际传播进行干预。这方面典型的例子有英国。为了统筹本国的国际传播,1918年,英国政府专门成立了一个“信息部”,该部的负责人是当时赫赫有名的《快报》老板比弗布鲁克

① [美] 罗伯特·福特纳著,刘利群译:《国际传播——“地球都市”的历史、冲突与控制》,华夏出版社,2000年版,第147页。

② 分别见巴赫林著:《电影经济史》第32~33页,转引自[法]阿芒·马特拉著,陈卫星译:《世界传播与文化霸权:思想与战略的历史》,中央编译出版社,2001年版,第53页;《世界各国广播电视概况》,中国广播电视出版社,1997年版,第1051页。

③ 19世纪末期,美古战争期间,美国传媒大王赫斯特派遣手下的一个漫画家去古巴,该漫画家拍电报给赫斯特说:“一切都很平静,没有战争,我想回来。”赫斯特回电说:“请你留下来,你提供漫画,我提供战争!”