

新闻传播新视点

戴元光 吴信训 主编



学林出版社



新闻传播新视点

戴元光 吴信训 主编

学林出版社

图书在版编目(CIP)数据

新闻传播新视点/戴元光,吴信训主编. —上海:学林出版社,
2003.5

ISBN 7-80668-494-8

I. 新... II. ①戴... ②吴... III. ①新闻学:传播
学—文集②电影学—文集③电视—艺术理论—文集
IV. ①G210—53②J90—53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 015075 号

新闻传播新视点



主 编——戴元光 吴信训

责任编辑——乐惟清

特约编辑——陈晶龙

封面设计——贺 强

出 版——学林出版社(上海钦州南路 81 号 3 楼)

电话: 64515005 传真: 64515005

发 行——新华书店上海发行所

学林图书发行部(钦州南路 81 号 1 楼)

电话: 64515012 传真: 64844088

印 刷——常熟市东张印刷有限公司

开 本——889 × 1194 1/32

印 张——11.75

字 数——25.3 万

版 次——2003 年 5 月第 1 版

2003 年 5 月第 1 次印刷

印 数——1500 册

书 号——ISBN 7-80668-494-8/1 · 152

定 价——20.00 元

目 录

新闻传播决策研究

- 中国加入世界贸易组织对上海文化发展的影响
..... 金冠军 郑涵(3)
- 中国信息化进程中有线电视全国联网的特殊意义
..... 吴信训(33)

新闻传播实务研究

- 论媒介批评与媒介管理 郝一民(41)
- 两岸媒体关于“9·11”事件报道的对比分析.....
..... 戴元光等(54)
- 互联网的社会特质分析 赵士林(85)
- 网络与电视的互动前瞻 吴信训(98)
- 互动传播的时空需求与网络媒体的功能组合 ... 李庆椿(106)
- 集团化大潮下的电视频道竞争力 龙 锦(113)
- 新闻编辑理论: 范式的确立及其演进 许正林(124)

回归传统,感知现代

- 上海大学生在线调查 戴元光等(141)
- 21 世纪新闻传播教育探索 吴信训(175)

新闻传播史论研究

- 论客观报道与新闻宣传 戴元光(183)
- 舆论未必是多数人的意见 顾孝华(191)
- 关于新闻本质问题的理论探讨 郝 雨(200)
- 新媒体与新话语 潘秀通(220)
- 抗战前中国电影企业经营模式论 龙 锦(236)
- 书是什么?
- 兼论大众传播的开始年代 顾孝华(263)

西方新闻传播研究

- 论当代西方广播电视体制研究 金冠军 郑 涵(281)
- 传播、自我与社会
- 论芝加哥学派的传播思想 赵士林(301)
- 当代世界宗教与大众传播媒介关系透视 许正林(313)
- 关联理论对跨文化交际的启示 杨大勇 毛 薇(327)
- 美国化,还是文化转型?
- 当代世界文化发展的再思考
- 郑 涵 蒋慰慧(342)
- 试论当代世界传播效果研究 郑 涵 蒋慰慧(357)

新闻传播决策研究

中国加入世界贸易组织 对上海文化发展的影响

金冠军 郑 涵

中国加入世界贸易组织关系到世界和平与发展,关系到中国深入改革开放和社会发展的全局,也跟 21 世纪初把上海建成国际中心城市之一的上海城市发展战略切切相关。因此,上海城市发展必须适应和配合这一大局和上海城市发展整体战略。

在当今世界经济一体化和国际文化经贸全球化的背景下,中国加入世界贸易组织后将对上海文化发展产生重大影响,上海文化运行和发展的社会形态、管理体制、政策法规、人才结构以及文化事业与文化产业的组织形式等都有待调整、变革和创新。

这一影响是全面的而不是局部的,是渐进的而非突发式的,利弊相较,利远胜于弊。

上海文化发展所面临的挑战是严峻的,但是机遇大于挑战。

上海文化发展正在进入历史转型的关键时期,应该从长计议。但是,时不我待,在世界经济、技术、政治、文化日趋融合和社会加速发展的态势下,上海文化发展 8 年左右应该完

成新一轮的城市文化转型过程。

一、推动文化全球化是世界贸易组织 成员国的基本承诺

1. 当今国际文化最显著的特征是文化全球化。

文化全球化是世界全球化的重要组成部分,它跟当代世界金融和投资的全球化,市场和市场发展战略的全球化,信息技术和通讯交往的全球化,生活方式和消费模式的全球化,以联合国为核心的国际政治调控体系的全球化,以世界银行、国际货币基金组织和世界贸易组织为中心的国际经济全球化紧密相联系。^①在国际跨国公司主导下,国际文化经贸以世界市场为导向,以盈利最大化为目标,根据日益多元化的世界市场为发展战略,在世界范围内利用自由开放的金融体系和自由流动的国际商业投资以及其他各类资源,凭借当代信息技术和覆盖全球的传播网络,开展跨国化的文化生产与文化服务,促进全球化的文化消费。跨国化的文化生产、服务和消费在世界众多国家与地区间形成纵横交错的系统,并且日益深刻影响和制约着民族国家内的文化生产、服务和消费,后者日甚一日受到前者的调节:民族国家内的文化生产、服务、消费只有适应现代高度商业化与产业化的文化发展趋势,积极加入文化全球化之中,才能有效协调民族文化和文化全球化的关系,通过在文化全球化中逐步占据一席之地,从而发展和壮大民族文化,也即在民族文化全球化过程中完成民族文化的继承与创新。

2. 文化全球化是世界经济一体化的必然结果。

自第二次世界大战,尤其是冷战结束以来,世界经济制度经历了深刻的创新,世界经济分工和工业化深入发展,以信息技术为中心的高科技革命日新月异,产业结构调整激烈,人力资源构成迅速技术化,发达国家服务经济逐渐占据主导地位,发展中国家或快或慢进入现代化过程,有的已达到准发达标准,世界贸易加速扩张和日趋重要,国家调控经济和社会的机制呈现以市场引导为基础的自由化倾向,社会向信息化和知识化转型。这一系列深刻的变化与进步导致世界经济一体化。^②

世界贸易自由化、跨国公司全球化和信息技术高速发展,从经济运行形态、行政管理与法规体制、企业组织方式、资金、技术、全球传播与交往网络诸多方面有力推进了文化商业化进程,促成国际文化经贸的全球化。偏离世界经济一体化,文化产业发展是无出路的。世界一体化必然促成文化产业全球化。

3. 文化全球化是世界经济一体化的重要内容。

实际上,文化产业全球化不仅是世界经济一体化的必然结果,也是其重要内容。因为文化产业已经成为世界经济中最重要、最有生机和最具发展前途的产业之一。以美国为例,1989年经过包装的文化产品给美国带来了80亿美元的贸易盈余,1994年美国文化演出收入24.9亿美元,1996年美国软件和娱乐产品在国际上的销售额高达60亿美元,90年代后期美国电影票房总额155亿美元。每年美国人花在娱乐业上的费用高达3300多亿美元,近年美国视听业为美国所创造的财富,超过我们中国全国总出口值,它的整个出口量仅次于美国飞机工业,在美国前四大产业(通讯业、石油业、航空业、视听业)中居第二位。^③全球化的跨国公司在文化娱乐领域占有极为重要的地位。例如,世界第33大跨国公司索尼集团是当

今世界最大唱片公司,时代华纳公司和澳大利亚新闻集团已经跻身世界五百强企业行列。^④

文化产业发展成为世界主要产业和贸易对象之一,这成为世界贸易重心向服务贸易转移和服务业在世界主要国家居于霸主地位的标志。实际上,文化产业自身就是服务业,而且是最重要的服务业之一,在世界贸易中占有举足轻重的分量。

4. 推动文化全球化是世界贸易组织成员国的基本承诺之一。

世界经济一体化主导之下的国际贸易自由化成为乌拉圭回合谈判的中心议题,也是世界贸易组织的根本宗旨。这一当今世界发展的客观趋势,要求世界各国国内经济与社会体制跟世界经济贸易自由化和全球化相适应,概而言之,就是必须对内搞活、对外开放,明晰产权关系,以市场为引导,确立企业的中心地位,变革政府机制,减少行政干预,加强宏观调控与监管力度。1996年1月1日世界贸易组织正式取代1947年成立的GATT(关税及贸易总协定),成为世界多边贸易体系的组织基础和制度基础。世界贸易组织以非歧视原则、最惠国待遇原则、国民待遇原则、贸易互惠原则、市场准入原则、透明度原则、协商一致原则、公平贸易原则为八大基本准则,规定了主要的协定义务,有力制约了各缔约方政府和议会如何制定和执行国内的法律制度和行政规章,建立了贸易政策评审机制和贸易争端解决机制。世界贸易组织的整套机制日益深刻地规范和引导着其成员国的经济活动在世界经济一体化环境里沿着经贸自由化的轨道发展。加入世界贸易组织就必须承诺积极参与世界经济一体化,推进经贸自由化,鼓励跨国公司全球化,尤其是贯彻1997年世界贸易组织通过的有关

金融、基础电信、信息技术三大协定。

由于当代文化在很大程度上和范围内是一种产业,又由于它规模巨大,扩展速度快,而且国际文化经贸全球化日甚一日,因此,从总原则和发展方向而言,推动文化全球化就必然被纳入世界贸易组织的规章体系和评审与解决贸易争端机制之中,因而成为世界贸易组织成员国的基本承诺之一,其实质就是以世界贸易组织八大原则为指导,逐步确立市场主导机制,放松政府管制,推进民营化,取消非关税壁垒,增加规章与法律的透明度,允许文化领域跨行业、跨区域、跨国的投资、控股和经营,奉行文化经贸自由化,促进文化产业全球化。

二、世界贸易组织跟文化有关的规章体系

1. 文化对象与范围。

有关文化的规章条例主要包括在世界贸易组织规范服务贸易和知识产权保护的基本规则之内。

在国际经贸交往中,文化归属服务贸易。世界贸易组织的统计信息系统局(SISD)把全球服务部门分为11个大类、54个小类、16个服务项目。11个服务部门是:1. 商业服务业;2. 通讯服务业;3. 建筑工程服务业;4. 销售服务业;5. 教育服务业;6. 环境服务业;7. 金融服务业;8. 健康及社会服务业;9. 旅游服务业;10. 娱乐、文化与体育服务业;11. 运输服务业。其中通讯服务业包括邮政服务、视听服务、电信服务等行业,而视听服务又可分为电影与录像的制作和放映、无线电与电视节目的制作和传输以及录音项目等。娱乐、文化与体育服务业指不包括广播、电视、电影在内的一切文化娱乐、

新闻、图书馆、体育服务,如文化交流、文艺演出等。视听服务业是当前国际文化经贸中各国角逐的焦点。

《与贸易有关的知识产权协议》是《建立世界贸易组织协议》的重要附件,以《巴黎公约》、《伯尔尼公约》、《罗马公约》、《关于集成电路知识产权公约》等为基础,为国际贸易中的知识产权保护,制定了一系列新的标准与制度。世界贸易组织专门成立知识产权理事会,管辖《与贸易有关的知识产权协议》事务。知识产权保护跟文化关系紧密。

总而言之,世界贸易组织中跟文化有关的规章几乎涉及所有文化领域,其对象与范围主要集中在商业性的文化活动方面,也即文化经贸活动。

2. 世界贸易组织中适用于文化的普遍原则和特殊规定。

推进国际贸易自由化,保障非歧视地进行贸易,从而确保世界经济的可持续发展是世界贸易组织的基本目标。作为世界贸易组织基本取向的贸易自由化及其基石的非歧视贸易原则对国际文化经贸具有指导意义,可以援引以进行文化经贸谈判。

其一,世界贸易组织《服务贸易总协定》最重要的原则有如下数项:

(1) 最惠国待遇。

条款规定:“在本协定项下的任何措施方面,各成员应立即和无条件地给予任何其他成员的服务和服务提供者以不低于其给予任何其他国家相同的服务和服务提供者的待遇。”鉴于各国服务贸易发展的水平参差不齐,该协定允许成员在2005年以前,存在跟最惠国待遇不符的措施,但要将这措施列入一个例外清单。这些措施是暂时性的,在2005年之后要取消。在那之后,最惠国待遇原则上应是无条件地、永久地在

所有成员间实施。

(2) 透明度。

条款规定：“除非在紧急情况下，各成员应迅速并最迟于其生效之时，公布所有普遍适用的有关或影响本协定实施的措施。一成员为鉴字方的涉及或影响服务贸易的国际协定也应予以公布。”

(3) 国民待遇。

条款规定：“在列入其承诺表的部门中，在遵照其中所列条件和资格的前提下，每个成员在所有影响服务提供的措施方面，给予任何其他成员的服务和服务提供者的待遇，不得低于其给予本国相同服务和服务提供者的待遇。”

(4) 垄断和专营服务提供者。

条款规定：“一成员国内的垄断服务提供者在有关服务市场提供垄断服务时，其行为不能损害其他成员的服务提供者在最惠国待遇、市场准入、国民待遇规定方面所享有的权利。”

(5) 市场准入。

条款规定：“服务提供方式的市场准入方面，每个成员给予其他任何成员的服务和服务提供者的待遇，不得低于其承诺表中所同意和明确规定的限制和条件。”

值得注意的是，《服务贸易总协定》有关市场准入和国民待遇的内容并不像最惠国待遇、透明度、垄断和专营服务提供者等规定那样纳入世界贸易组织普遍义务与原则中，而是作为具体承诺跟各个部门或分部门的开放联系在一起，并且采取逐项谈判和互相优惠的方式，这样可使分歧较小的地方早日达成协议。

其二，《与贸易有关知识产权协议》将国民待遇作为首要

的基本原则,而将最惠国待遇当作其补充原则,从而强化了对知识产权的保护力度:在该协定的框架内,给予本国与他国国民同样的知识产权保护,并根据无条件的最惠国待遇,将知识产权保护的国民待遇平等给予所有成员国。

其三,世界贸易组织有关电影的特殊规定(GATT 总协定第二部分第4条):

(1) 放映限额可以规定,在不短于一定的指定时间内,国产电影的放映应在各国的电影商业性放映所实际使用的总时间内占一定最低比例;放映限额应以每年或其相当期间内每一电影院的放映时间作为计算基础。

除根据放映限额为国产电影片保留的放映时间以外,其他放映时间,包括原先为国产电影保留后经管理当局开放的时间在内,不得正式或实际上依照电影片的不同来源进行分配。

(2) 虽有本条第2项的规定,任一缔约国可以维持符合本条第1项要求。

放映限额方法,在实施这项办法的国家以外,对某一国家的电影保留一最低比例的放映时间。

(3) 放映限额的限制、放宽或取消,必须通过谈判确定。

3. 在中国加入世界贸易组织多边谈判政府协议等中我国已经承诺的文化领域开放条款。

在就中外知识产权谈判和中国加入世界贸易组织多边国际谈判中,自90年代以来我国已经实际或预期承诺对外逐步开放文化领域,具体内容最典型的表现中美有关知识产权和中国加入世界贸易组织的谈判及其政府协定中。

其一,1995年3月11日,中国对外贸易经济合作部部长和美国贸易代表以换函形式,确认了双方关于知识产权保护

的谅解,中方除了承诺加强知识产权保护力度,严格版权认证和坚决打击盗版之外,还跟美方达成四项具有突破意义的文化开放谅解:

(1) 允许美国个人和实体在中国与中国实体建立生产、复制音像制品的合资企业。允许这些合资企业在通过与中国出版单位订立合同,在中国发行、销售、演示和放映。允许美国个人与实体建立计算机软件的合资企业,允许该合资企业在中国生产和销售该合资企业的计算机软件产品。

(2) 继续允许美国个人和实体与中国实体订立电影产品收入分成的安排。

(3) 制定《音像制品管理条例》实施办法,明确出版或进口音像制品以及具体审查标准和规定。

(4) 在1995年10月1日之前,中国将公布任何限制、管理或任何上述所有活动要求之法律、规则、规定、行政指南或其他官方文件。^⑤

其二,据1999年4月美国方面公布的中美就中国加入世界贸易组织达成的政府意向规定:在视听产品方面,目前中国严格限制外方从事录制音带、录像带、书籍和杂志的销售活动,并且不允许外国所有权,不允许外方建造、经营电影院。尽管这一领域仍在讨论之中,中国已承诺外方销售录音和录像的权利,以及外方拥有电影院的所有权和经营权。这包括:在录像和录音带的销售业,中国将允许49%的外国股权;在电影院方面,中国将在3年内允许建设、更新、拥有及经营电影院的多数所有权。^⑥

其三,1999年11月15日,在美驻华使馆举行的新闻发布会上,巴尔舍夫斯基披露了中美当日达成的中国与美国世

界贸易组织协定的有关内容,在文化方面,中国允许每年在分销基础上至少引进 20 部外国电影,以后逐年增长。^⑦

(4) 90 年代以来我国文化领域对外开放之主要特点:

90 年代我国文化领域对外开放,服从中国改革开放和社会发展的历史大局,迎合了世界经济一体化和文化全球化的大趋势,呈现逐步而又坚定不移的态势。在文化领域的市场准入方面,1995 年中美知识产权保护换函已经确立了开放度相当大的原则性规定,1999 年 4 月和 11 月间在具体细节上有逐步加以落实的承诺。依据最惠国待遇原则,一旦我国加入世界贸易组织,中美文化经贸领域的互惠将必须给予其他成员国。

同时,也应该看到我国文化领域对外开放和对内搞活是处于非常艰难的境遇之中。由于世界经济一体化和文化全球化的加速发展,由于经济、技术、政治、文化和社会诸多综合因素,由于我国文化部门跟经济与社会方面的改革开放和发展程度存在相当大的差距,由于文化发展不同于经济与技术的发展,有其性质、形态以及认同诸多方面的特殊性,因此,我国文化部门的对内搞活和对外开放在很大程度上不可能获得比较宽松从容的准备时期。另外,无论就历史传统,还是现实状况而言,我国文化在融入文化全球化和保持文化认同的过程中,必然步履维艰。

三、中国加入世界贸易组织对上海 文化发展的影响是渐进的

目前,我国文化界和学术界存在一种误解,以为一旦中国