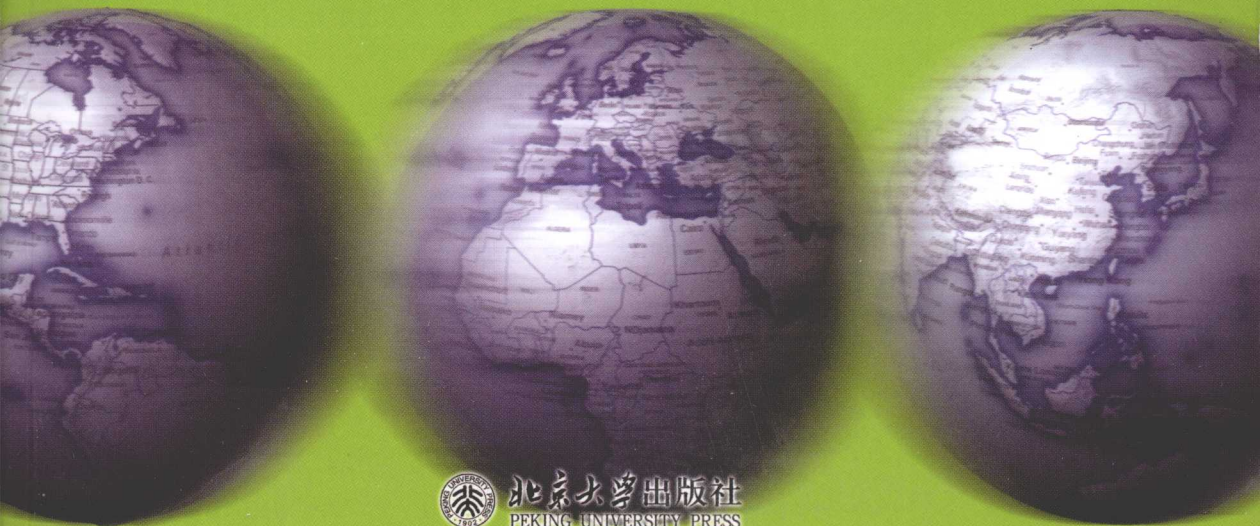


全球传播

Global Communication

陈阳◎著

Global Communication Global Communication Global Communication Global Communication Global Communication
Global Communication Global Communication Global Communication Global Communication Global Communication
Global Communication Global Communication Global Communication Global Communication Global Communication
Global Communication Global Communication Global Communication Global Communication Global Communication
Global Communication Global Communication Global Communication Global Communication Global Communication
Global Communication Global Communication Global Communication Global Communication Global Communication
Global Communication Global Communication Global Communication Global Communication Global Communication
Global Communication Global Communication Global Communication Global Communication Global Communication
Global Communication Global Communication Global Communication Global Communication Global Communication
Global Communication Global Communication Global Communication Global Communication Global Communication
Global Communication Global Communication Global Communication Global Communication Global Communication
Global Communication Global Communication Global Communication Global Communication Global Communication
Global Communication Global Communication Global Communication Global Communication Global Communication
Global Communication Global Communication Global Communication Global Communication Global Communication
Global Communication Global Communication Global Communication Global Communication Global Communication
Global Communication Global Communication Global Communication Global Communication Global Communication
Global Communication Global Communication Global Communication Global Communication Global Communication
Global Communication Global Communication Global Communication Global Communication Global Communication
Global Communication Global Communication Global Communication Global Communication Global Communication
Global Communication Global Communication Global Communication Global Communication Global Communication



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

全球传播

Global Communication

陈阳◎著



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

图书在版编目(CIP)数据

全球传播/陈阳著. —北京:北京大学出版社,2009.9

ISBN 978-7-301-15733-6

I. 全… II. 陈… III. 传播学-高等学校-教材 IV. G206

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 167033 号

书 名: 全球传播

著作责任者: 陈 阳 著

责任编辑: 张盈盈

标准书号: ISBN 978-7-301-15733-6/G·2663

出版发行: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区成府路 205 号 100871

网 址: <http://www.pup.cn> 电子邮箱: ss@pup.pku.edu.cn

电 话: 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62765016
出版部 62754962

印 刷 者: 北京大学印刷厂

经 销 者: 新华书店

730 毫米×980 毫米 16 开本 14.75 印张 267 千字

2009 年 9 月第 1 版 2009 年 9 月第 1 次印刷

定 价: 24.00 元

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究

举报电话:010-62752024 电子邮箱:fd@pup.pku.edu.cn

目 录

第一章 全球化及其相关概念	(1)
第一节 全球化概念	(1)
第二节 全球化理论	(19)
第三节 全球化研究与中国	(27)
第二章 经济全球化	(30)
第一节 贸易与金融全球化	(30)
第二节 跨国公司	(44)
第三节 经济全球化的后果	(49)
第三章 政治全球化	(57)
第一节 全球化与民族国家	(57)
第二节 全球治理	(72)
第四章 文化全球化	(86)
第一节 文化全球化的进程	(87)
第二节 关于文化全球化的争论	(99)
第五章 文化帝国主义	(111)
第一节 文化帝国主义的发展	(111)
第二节 文化帝国主义的抗争实践	(121)
第六章 全球化与媒体政策	(130)
第一节 全球化与媒体政策的演进	(130)
第二节 新自由主义与电信政策	(139)
第七章 跨国传媒集团	(155)
第一节 全球媒体的出现	(155)
第二节 跨国传媒集团的成长	(168)

第八章 全球化时代的媒体内容	(188)
第一节 文化混杂	(188)
第二节 消费主义与大众媒体	(211)
第九章 全球化时代的受众	(220)
第一节 受众解读的多样性	(220)
第二节 受众能动性 with 全球传播	(224)
后 记	(234)

第一章 全球化及其相关概念

无论我们是否喜欢“全球化”这个概念,也无论我们对全球化现象持什么态度,毫无疑问的是,全球化已经来到了我们身边,我们正身处一个全球化的社会之中。书店里谈论全球化的书籍铺天盖地,对它的评价有褒有贬,然而我们谈论全球化的园地——装修气派的书店、互联网、英语等等——都是全球化的产物。过去三十年中国所经历的改革开放,也是一个加速全球化发展的过程,在这一过程里我们有得有失,也不能阻止我们正视全球化这一基本事实。作为发展中国家的一员,我们对全球化的疑虑,大都集中在它起源于西方、经由西方(有时不是那么令人愉快的强行)推广而来到中国这一点上,然而,全球化全然是“纯洁的”舶来品吗?在这一进程中,美国和西欧执牛耳,发展中国家不能发出自己的声音吗?发达国家的优势地位和发展中国家的弱势地位一直如此吗?事实并非如此。历史学家发现,1800年前后,全球白银产量的一半经由美洲和欧洲最终流向亚洲,欧洲和亚洲的贸易结构性逆差说明了当时的亚洲在经济上处于领先地位,直至19世纪末期,西欧和美国才逐渐超过亚洲成为世界经济中心。如果在全球化进程里,国家的地位可以转换,那么应该怎么看待国家当前的“弱势”地位?除经济发展外,民族国家是理解全球化问题的另一把钥匙,因为全球化更加直接挑战了国家权力,相对而言,个人的收获更多一些。关于全球化的问题太多,我们需要从它最基本的定义入手。什么是全球化?人人都在用这个词,然而关于它的定义,各有各的说法。

第一节 全球化概念

一、什么是全球化?

在现代汉语里,“全球化”是一个外来语。在英语世界里,“globalization”一词的历史并不长,“global”一词已有400余年历史,而“globalization”、“globalize”、“globazling”等词语直到20世纪60年代才被词典收录,成为正式用语。

1961年出版的《韦氏词典》是第一本提供“globalism”(全球主义)和“globalization”这两个概念的主流词典。^①

然而,在90年代之前,主流词典对“globalization”的解释并不十分符合当下我们的理解。1991年出版的《牛津新词语辞典》(*Oxford Dictionary of New Words*, p. 133)将“global”(全球的)列为一个新英语词汇,强调它可以用于“环境保护专门术语”,同时还把“全球意识”(global consciousness)定义为“接受(和理解)本人自己的文化以外的文化,并常常作为对世界社会经济问题和生态问题的评价的一部分”,很显然,这一定义局限了全球化及其相关现象的研究视野。^②

直至20世纪80年代初期,英语学界仍未给予全球化研究太多关注。作为形容词使用的“global”时有出现在文章里,1985年,美国匹兹堡大学社会学系罗兰·罗伯森(Roland Robertson)教授发表了社会科学界第一篇“全球化”出现在标题里的英文学术论文^③,1992年,他又出版了第一本使用“全球化”做标题的专著。^④此后,关于全球化现象的研究快速增长,有关论文、专著和教科书也越来越多。

学者们尝试着从不同角度来定义全球化,这里列出具有代表性的几个定义。

全球化指的是世界范围内社会关系的强化,它联系了遥远的地方,使得本地发生的事情受到遥远地方出现的事情的影响,反之亦然。

——吉登斯^⑤

全球化指的是世界各个部分之间正在增加的相互联系性(interconnect-edness),这个过程产生了互动和相互依赖的复杂形式。

——汤普森^⑥

作为一个概念,全球化既指世界的压缩,又指将世界视为一个整体这种

① 参见 Malcolm Waters, *Globalization*, London: Routledge, 2001, p. 2.

② 参见罗兰·罗伯森:《全球化:社会理论和全球文化》,上海人民出版社2000年版,第12页。

③ 参见 Roland Robertson, “The Relativization of Societies: Modern Religion and Globalization”, in T. Robbins, W. Shepherd, and J. McBride, eds., *Cults, Culture, and the Law*, Chicago: Scholars, 1985。早在1983年,罗伯森曾发表过一篇关于全球化的论文,但他使用了“globality”这个用法,考虑到罗伯森在早期全球化研究里的重要地位,如果他坚持使用“globality”,也许今天我们会更多地讨论“globality”而不是“globalization”,关于这篇文章,参见 Roland Robertson, “Interpreting Globality”, in his *World Realities and International Studies*, Glenside: Pennsylvania Council on International Education, 1983。

④ 参见罗兰·罗伯森:《全球化:社会理论和全球文化》,第12页。

⑤ 参见 Anthony Giddens, *The Consequence of Modernity*, Cambridge: Polity, 1990, p. 64。

⑥ 参见 John B. Thompson, *The Media and Modernity: A Social Theory of Media*, London: Blackwells, 1995, p. 149。

意识的强化。

——罗伯森^①

全球化是一个社会过程,其中地理对于经济、政治、社会和文化因素的限制消失,而且人们越来越意识到了它们正在消失并据此展开行动。

——沃特斯^②

可以看出,以上定义各有千秋,它们的共同之处是将全球化视为一个压缩或收缩的社会过程,这一点,正是加拿大学者麦克卢汉对全球化研究的贡献之一。早在1960年出版的《传播的探索》(*Exploration in Communication*)一书中,麦克卢汉首次提出了“地球村”(global village)的概念,由于世界范围内交通和电子传播网络(电报、广播和电视)的迅速发展,空间距离已经不再是障碍,信息在全球范围内自由流动,居住在遥远地方的人重新走到一起,聚集成一个地球村,这其中,广播和电视的现场直播使得全球居民能够实时共享相同的媒介产品,从而带来相同的经验和体验。在一个没有卫星电视和互联网、越洋电话费用昂贵、彩色电视在世界大多数地区并未普及的时代,麦克卢汉就预言人类社会将进入地球村时代,不能不让人佩服他的远见。

然而,从最基本的定义入手,全球化就是一个纷争不断的研究领域。吉登斯曾经将全球化争论区分为三个阶段,第一个阶段争论全球化作为一种社会现象是否存在,此后进入第二个阶段,不再追问全球化是否存在,而是问它的后果是什么,他认为我们目前已经进入了第三个阶段,即讨论全球化所带来的负面后果以及我们能够利用全球化做些什么。但是,吉登斯本人并没有明确区分作为一种现象的全球化和全球化现象所引起的后果,他指出,本地发生的事情受到了遥远地方发生的事情的影响,反过来,遥远地方发生的事情也受到了本地发生的事情的影响,这很明显指的是全球化所造成的后果。

吉登斯和汤普森都提到了世界范围内相互依赖关系的增强,罗伯森比他们更前进了一步,提出了全球化是将世界视为一个整体这种意识的强化,意识而不是社会关系,成为罗伯森研究全球化的切入点,沃特斯的定义也继承了这一点,简言之,吉登斯和汤普森忽视了文化和文明在全球化过程中的意义。社会关系往往具备外在的正规化形式,并伴以一整套社会规范和制度,具有客观属性,然而意识存在于人的头脑中,变动更多,内涵也更复杂,主观性更强。罗伯森的定义将更多社会现象纳入全球化研究的视野之中,具备更大的灵活性,对于媒介研

^① 参见罗兰·罗伯森:《全球化:社会理论和全球文化》,第11页。

^② 参见 Malcolm Waters, *Globalization*, p. 5。

究而言,罗伯森关于全球化的定义提供了更广阔的视角。看报纸、看电视、上网这些媒介接触活动每天都在普通受众身上发生,放下报纸、关掉电视和电脑之后,普通受众更有可能继续自己的日常行为,而不是寻求立刻将从媒体上获知的信息运用于改变现有生活,因此,在日常生活里,较之更具正规化形式的社会关系、相互依赖、相互联系、社会互动等等行为的表现,临时性的、暂时性的观念和意识的转变,其表现形式更多样,内容更丰富。所谓媒介效果,从时间顺序来看,首先是受众观念转变,其次是社会行为和社会角色变化。

我们必须承认,世界每个部分、每个角落涉入全球化的程度不同,如果以社会关系和相互联系来衡量全球化,很有可能造成以量化指标来测量每个国家和地区的全球化涉入程度,而忽视了难以量化的普通人的观念和意识。比如,一个人认为自己是全球公民,然而他所在国家的全球化程度并不高,那么他的说法有意义吗?

关于全球化后果的争论,从来没有停止。这些争论中,一个最基本也是最激烈的论题是:全球化会带来同质化还是异质化后果?按照吉登斯和汤普森的定义,社会关系在世界范围内越强化,相互依赖和联系越多,那么全球化的程度越高,然而,更高层次的全球化一定等同于“更好的”全球化吗?罗伯森和沃特斯没有回答将世界视为一个整体并据此而展开行动的后果这个问题,而是留下了足够开放的空间让我们讨论。

任何定义都难以十全十美。从另一个角度来看,罗伯森和沃特斯也因为太过灵活和开放而存在模糊之处。按照他们的观点,只有人们意识到了全球化这一现象,才能说人类社会进入了全球化时代;如果人们没有意识到自己身处全球化进程之中,那么怎么研究全球化现象呢?

自从人类出现在地球上那一刻开始,不同人群之间的交流(包括令人不愉快的武力战争在内)就从来没有中断过,可以说,人类社会的发展史也是人类加强交往的历史,那么,作为一种现象的全球化是从什么时候开始出现的呢?很明显,全球化是一个伴随近代资本主义发展而出现的社会现象,必须有明确的时间起点。罗伯森和沃特斯忽视了制度化的社会实践和社会关系,也忽视了社会实践与特定话语之间的动态联系。

二、全球化要素

从经济角度,全球化被视为各种生产要素在世界范围内自由流动从而造成经济活动在世界范围内相互依赖的过程。从技术角度,全球化被视为通讯科技的进步克服地理空间的限制而造成信息自由流动的过程。从资本主义发展的角

度,全球化被视为资本主义在全球范围内扩张所造成的后果。从与现代性的关系来看,全球化被视为西方现代性全球扩张的后果。

不同的认识角度决定了我们对于全球化的定义很难达成一致。本书认为,全球化是一个包含多个层面的变动着的社会过程,它最好被理解为一个多维度的、不均衡的、多元化的社会过程,其中若干要素值得我们注意。

1. 时间和空间维度

吉登斯和罗伯森讨论全球化时,都提到了“世界的压缩”这一现象。另一位学者戴维·哈维(David Harvey)在谈到现代社会变迁时也提出了“时空压缩”(time-space compression)概念。他认为,不同社会培养了完全不同的时空感受。在前现代社会,交通技术不发达,人们的活动距离有限,战争、瘟疫和饥荒又使得“到远方去”这一拓展行动空间的活动充满风险和不确定性,对时间和空间的理解往往与具体地点联系在一起,然而,“通过时间来消灭空间”(annihilation space through time)是现代资本主义社会的特征之一。在16世纪英国工业革命刚开始的年份,最快的交通工具是马车,每小时平均时速16公里,到了所谓的晚期资本主义时期即20世纪60年代,喷气式飞机的时速达到每小时1000公里以上,而进入21世纪,最快的飞机时速可以达到每小时8000公里以上。伴随通讯技术的进步,伦敦与纽约之间的三分钟电话成本从1930年的300美元(按1996年的美元值)降到了今天的1美元(*Economist*,1997年10月18日)。在现代生活里,随着我们花费在跨越空间距离上的时间急剧缩短,空间收缩成为麦克卢汉所预言的“地球村”,迫使我们重新感受和表达对时间和空间的理解。

除了交通工具的改进,其他因素也影响了人们对于时空概念的理解。这些事件包括:

——15世纪开始的环球航海旅行和地理大发现,以及日心说取代地心说,使得人们的视野从自己身边的乡镇拓宽到浩瀚无际的宇宙,人类第一次具备了世界性和全球性的眼光,开始绘制世界地图,不再依据宗教信仰来幻想世界的地理空间;

——出于方便旅行和探险的目的,人们发明了经纬度地理坐标,空间能够被测量,长途旅行有了可预测的标准单位;

——机械钟表的出现和流行推广了标准化的时间制,真实的时间是从不间断的,然而滴答作响的机械钟表“切割”了时间,使得人们能够精确度量时间,受制于机械的节奏,守时和节约时间成为美德,人们的行动越来越精确;

——格利高里历法(公历)的普及使得时间脱离了社会经验,不同地区的人能够步调一致、统一行动(只有这样,公元2000年才成为一个全球事件);

——印刷术的改进促进了知识的普及和识字率的提高,以前人们必须聚集在同一时空下才能相互交流,如今我们可以随身携带印在纸上的知识,跟不同空间和时间里的人交流;等等。

总之,空间越来越容易被控制,空间的重要性在下降,我们不再局限于生活在一个很小的传统乡村里,通过全球旅行和探险来体验其他文化,也越来越容易,因此,在全球化时代里,我们不再依赖特定地点和固定社会关系来为自己的活动寻求坐标。生活在北京这所越来越具有国际化色彩的都市,我们可能并不知道距离自己100公里以外的河北某乡村发生了什么事情,但我们更有可能知晓距离北京上万公里以外的纽约和伦敦发生了什么事情。传统社会里,人际关系的亲疏很大程度上依靠地理距离,然而,在现代社会里,空间对于人际联系的深度和广度的影响越来越弱。

报纸、铁路和电报使得分散各地的人们开始共同关心一些感兴趣的话题,电子媒体更加速了时空压缩过程。20世纪50年代,广播开始直播异域发生的事件,80年代开始,电视通过通讯卫星进行直播,异域的社会生活栩栩如生地展现在电视屏幕上,使得屏幕前的观众足不出户就能实时体验不同空间下的生活。即使彼此之间毫不认识、毫无联系,来自世界各地的人也能进行有意义的互动,比如完全陌生的人一起收看世界杯和奥运会、自发组织环保运动来反对污染环境的大公司等等。

在哈维看来,时空压缩强调社会实践的暂时性和多变性,“一切坚固的东西都烟消云散了”,现代生活失掉了秩序感,由此带来了紧张、惊恐、迷惘和崩溃感。他断言:“我们就这样逼近了核心的悖论:空间障碍越不重要,资本对空间内部场所的多样性就越敏感,对各个场所以不同的方式吸引资本的刺激就越大。结果就是造成了在一个高度一体化的全球资本流动的空间经济内部的分裂、不稳定、短暂和不平衡的发展。集中化与分散化之间在历史上有名的紧张关系,现在以各种新的方式产生出来了。”^①

任何时候,我们都需要时间和空间维度来为自己的活动确立参照系,否则,就无法理解自己的经验和社会生活。既然在全球化时代里,对空间和时间的理解发生了变化,那么很显然,我们将重新认识自己和社会生活,重新表达自己的感受,并由此引起一系列的政治、社会和文化后果。不可想象的是,如果没有统一的时间制和历法,如果没有标准化的经纬度坐标,不同文化背景、不同时空背景下的人能够相互交流。

^① 参见戴维·哈维:《后现代的状况》,商务印书馆2003年版,第410页。

2. 关系维度

时空压缩加强了我们在经济、生态、文化等方面的联系,全球化的另一个特征是相互联系和相互依赖程度的增强。社会学家卡斯特尔(Manuel Castells)认为,知识和信息的发展已经推动我们进入网络社会(network society)。国家、跨国公司、社会运动、市民组织、社会群体、个人之间的相互联系和依赖程度增强,形成密集的跨国交流网络,这些网络冲破了业已确立的地区疆域和传统的产业区分,突破了经济和文化限制。网络社会改变了我们的思维方式,意味着新型社会的来临,如果一个地区不能跟其他地区联结起来形成网络,那么这个地区将被抛弃和遗忘。根据联合国贸易发展会议发布的《2001 年世界投资报告》显示,2000 年,全球外国直接投资(FDI)达到创纪录的 14 110 亿美元,而且发达国家、发展中国家、转型期国家三类经济体都实现了增长。2006 年,印度吸收了 160 亿美元的外国直接投资,比前三年的总和还多。

美国能源战略与中国猪肉价格^①

2007 年是猪年,这一年我国猪肉价格上涨幅度较大,“猪”成了猪年最值钱的动物。造成国内猪肉涨价的重要原因之一,是国际市场上粮食饲料成本价格暴涨。

2006 年 1 月,国际市场玉米价格大约为每吨 90 美元,到了 12 月,上涨到每吨约 150 美元,2007 年 12 月,上涨到每吨约 180 美元,连续上涨的趋势直接导致我国国内市场价格提高,2007 年 12 月,国内玉米创下每吨 1800 元的历史高位。

进入 21 世纪之后,国际市场上石油价格持续上涨,美国大力发展代替石油的生物能源,以玉米为原料的燃料乙醇需求量增大,2007 年美国燃料乙醇消耗了国内玉米总产量的 20%,预计 2008 年将消耗国内玉米总产量的 25%。美国是全球最大的玉米生产国和出口国,其产量占全球产量的 40% 以上,美国出口减少和国内需求增加直接导致了国际市场玉米价格上涨。

玉米是生猪饲养业最主要的饲料之一。玉米涨价带动了生猪饲养成本上升,2007 年全国各地猪肉价格从每公斤 14—15 元左右涨到 22—25 元左右,涨

^① 资料来源:中国新闻网 2007 年 12 月 24 日、《经济观察报》2007 年 6 月 9 日、新华网 2008 年 6 月 18 日。

到了过去十年来的最高峰,老百姓纷纷大呼“吃不起肉”。

同时,玉米价格上涨导致玉米种植面积增加,相应地,其他粮食作物种植面积减少,产量降低,又引起了其他粮食作物价格上涨。自2005年至2008年春天,世界主要粮食价格已上涨80%。2008年春天,国际市场上,大米价格达到19年来最高,小麦价格创下28年来最高。仅2008年头两个月,世界主要粮食价格就上涨了9%。从2002年至2008年共6年时间内,根据世界银行报告,国际粮食价格总体水平涨幅达140%,其中,发达国家开发生物燃料的政策推动粮价上涨75%,而肥料价格上浮只让粮价涨了15%。

有人批评这种现象是“发达国家的汽车和贫穷国家的人民争夺口粮”。玉米、小麦、大豆等粮食作物价格暴涨引起了一些国家的动荡,越南、埃及和印度先后宣布暂停大米出口以维持国内供应,墨西哥和印尼老百姓上街抗议粮食价格暴涨,21个非洲国家宣布发生粮食危机。世界银行警告33个国家由于粮食价格高涨而可能面临社会动荡。

随着不同地区相互依赖程度的增强,全球开始面对一些共同问题,比如生态和环境保护、公共健康、移民、失业、贫富两极分化、跨国犯罪、国际资本流动、种族冲突、战争等等。在高度压缩的全球化时代,我们的行为会影响远方的陌生人,同样,远方陌生人的行为也会影响我们。全球问题也许产生于特定地区,但它需要多个国家和组织合力解决,其原因在于,造成这些问题的原因已经超越了民族国家的界限或单个公司的解决能力。

禽流感:全球流行病即将爆发?^①

禽流感本来是一种主要流行于鸡之间的烈性传染病,对人类并无伤害,1878年首次在意大利爆发,受感染的鸡百分之百死亡。时隔100年后,1997年我国香港报告了全球首宗人类感染禽流感的病例,在随后的数周内,共有18人感染禽流感病毒,其中6人死亡,香港特区政府出动紧急措施,宰杀全港所有鸡只并

^① 资料来源:新华网2008年3月13日、新浪网2009年6月24日、搜狐网2009年6月24日“禽流感疫情”专题。

补偿鸡农,有效地遏制了病毒的流行。2003年开始,禽流感突然袭击荷兰、比利时、中国内地、泰国、越南、美国、加拿大、印尼、印度、埃及、罗马尼亚、哥伦比亚等地。

冬季一般是流感的爆发时期,2005年秋季世界卫生组织发出警告,高致命性的禽流感病毒可能是1918年导致5000万人死亡的大流感后最可怕的一次全球医疗和健康危机,在现有医疗水平下,人禽流感一旦爆发,估计至少740万人可能因此死亡。

禽流感的可怕,在于它的高死亡率,截至2008年3月,全球已有352个人感染禽流感病例,其中219人死亡,死亡率超过60%,在部分地区,它的死亡率甚至超过70%。禽流感病毒已经发生变异,随季节迁徙的候鸟成为病毒的携带者和传染源,然而试图控制候鸟、打破千年以来的迁徙规律是不可能的,候鸟迁徙更是打破了国家之间的界限,因此,禽流感这样的重大流行病只能由国际合作来解决,即使发达国家已经有效解决了本国的禽流感问题,只要有一个穷国没有采取有效的措施控制禽流感,迁徙的候鸟依然会将病毒传向世界各地,使富国抗击禽流感的努力功亏一篑。

世界银行、世界卫生组织、联合国等国际组织积极行动起来,向需要援助的国家提供贷款、医疗器械和人员,协调行动。但是,国际合作充满了矛盾和冲突。防治流行病需要大量的资金,据估计,全球对抗禽流感需要12亿美元,相比禽流感一旦爆发将会带来至少8000亿美元的损失,防治费用不算太高,然而广大第三世界国家没有资金来有效对抗禽流感,发达国家争先恐后地储备相关药物和医疗资源,加剧了第三世界国家药物短缺的局面。而且,禽流感至今没有有效的防治疫苗和抗疾病药物,某些发达国家和跨国医药集团拥有最先进的研发技术,然而他们开发出的疫苗和药物受到知识产权保护,不可能无偿或低价提供给受害最严重的第三世界使用。第三世界国家感染人数和死亡人数最多,从已感染和死亡的人身上分离病毒,是研发疫苗的关键步骤,然而第三世界国家由于得不到低价药物,不愿意让发达国家和跨国集团在自己国家内任意采集病毒标本。一方面,全球合作开发疫苗和药物迟迟不能实现,另一方面,病毒变异的速度远远超过现有医疗技术能够应付的局面,如此就会造成新的疫苗刚研制出来,病毒已经变异,疫苗失效的后果。

在全球流行病的面前,世界各国必须团结一致、通力协作、共渡难关,才能将疫情的危害程度降至最低。

“文化”是当代最难以定义的概念之一。一般地,我们认为文化是某个特定社会里特定群体共同拥有的一套观念、知识、习俗和生活方式的总称。在前现代社会,个人主要通过家庭、家族和社区来学习文化,然后,再通过战争、航海、贸易、宗教、通婚等方式将自己的文化扩散到其他社会里去。文化品位意味着阶级地位的差异,高雅文化被特权阶级垄断,属于“下等人”的文化被认为是低级趣味。

随着全球化的发展,文化互动增多,文化以前所未有的速度在扩散,不同文化之间的边界正在变得模糊,文化间的融合和混杂越来越普遍。我们比以往任何时代都更容易接触到大量外来文化,获取外来文化的成本越来越低,电子媒体的实时直播和栩栩如生的画面加深了外来文化的影响。早在1990年,在给《理论、文化和社会》杂志的全球文化专题所写的导言中,英国学者迈克·费舍斯通(Mike Featherstone)就提出了全球文化——即文化在全球范围内的持续互动和交流——这一概念,认为各地文化间的相互联系(interrelatedness)程度在增加。

然而,在文化交流中,本土文化总是面临外来文化的冲击,依托本土文化的体验由此被挑战,并引起对外来文化的怀疑甚至排斥。目前在关于文化全球化的各种争论中,一个基本的争论是:文化全球化究竟会带来多元化还是单一性?就文化交流的数量来看,西方发达国家尤其是美国无疑占据绝对优势。发展中国家对这一现象忧心忡忡,担心自己的独特文化会被侵蚀和消失,从而丧失多元性的文化,因此产生了“文化帝国主义”、“文化侵略”、“媒介帝国主义”、“保护民族文化”、“世界信息传播新秩序”等等讨论(关于这一点,我们在第五章会有详细介绍)。

文化全球化现象:哈利·波特个案^①

1997年,英国作家J.K.罗琳推出哈利·波特系列小说第一部《哈利·波特与魔法石》,2007年,推出第七部也是最后一部《哈利·波特与死亡圣器》。10年间,哈利·波特系列小说被译成64种语言,在全世界200多个国家销量达到3.25亿册,成为有史以来销量第三名的书籍,仅次于《圣经》(25亿册)和《毛主席语录》(8亿册),这是世界文学史上一个绝无仅有的奇迹。无论在哪个国家,

^① 资料来源:百度百科、维基百科“哈利·波特”辞条。

每一部哈利·波特小说刚推出时,都是畅销书榜上的常客,而且几乎席卷各大畅销书榜的第一名。第七部(仅仅是英文版)曾经创下首次发行一天之内卖出 300 万册的全球图书新书销售纪录。

2003 年,中国参与了第五部小说全球同步首次发行,引进的 5000 本英文版三天之内脱销,虽然每本书售价 178 元人民币,也丝毫不能阻挡中国哈迷们的热情。戴着眼镜、骑着扫帚的哈利·波特在全球掀起一股魔法旋风,被认为是继米老鼠、史努比和加菲猫以来,史上最成功的儿童偶像。

除了罗琳自己创作的系列小说,各地哈迷们自发地撰写和出版了与哈利·波特相关的图书,如《哈利·波特百科全书》、《哈利·波特完全宝典(麻瓜必读)》、《大魔法师咒语书》等等。《哈利·波特明信片》、《哈利·波特填色书》、《哈利·波特贴画书》也成为书店的畅销书。

由小说派生出的相关产品也引起阵阵热销。2001 年,《哈利·波特与魔法石》电影上映,全球票房收入超过 9 亿美元,在电影史上最卖座影片中列第三位。截至 2008 年,前六部小说都被拍成电影,每部影片全球票房收入都超过 7 亿美元,预计全部 7 部影片的全球总票房将可能突破 100 亿美元。目前全球最卖座的 20 部影片里,有 5 部是哈利·波特系列影片。

美国时代华纳公司买断了哈利·波特的电影版权和商品经营权,后者的收入完全可能超过票房收入。100 多家公司向时代华纳购买特许经营权,涉及 2000 多种商品,包括饮料、服装、药品、游戏等等,为时代华纳带来数十亿美元的收入。当《哈利·波特与魔法石》上映时,市场上已经出现哈利·波特文具盒、飞天扫帚、魔法帽等 500 多种玩具与文具。据称时代华纳公司还打算建造哈利·波特主题公园,把它打造成跟迪士尼乐园一样驰名的主题公园。

哈利·波特系列小说的出版,使其作者罗琳从一个靠政府救济金生活的穷作家,一举成为世界最富有的作家,据估计,哈利·波特系列小说平均每个单词带给罗琳的收入将超过 1000 英镑,名副其实的一字千金。

2007 年 7 月 21 日,第七部《哈利·波特与死亡圣器》出版,这一事件被美国《时代周刊》评为当年世界十大新闻,居第四位。

你也许没有看过哈利·波特系列小说,没有看过电影,甚至可以说自己讨厌这个魔法男孩,但是你千万不要说自己从来没有听过哈利·波特,否则那只能说明你孤陋寡闻。

3. 组织维度

全球化的主要参与者包括跨国公司(TNCs)、政府间国际组织、国际非政府组织(INGOs)、国际旅行者、国际移民、跨国行动者等等。

跨国公司是全球化的主要推动力量,也是全球化经济的主要载体。正是由于资本追逐利润的本性,才导致了大公司冲破国家界限,到能够带来最多利润的地区开展经济活动,实现了从国内市场到世界市场的转变,由此将世界各个角落联系在一起。跨国公司进行经济活动,其目的是为了获取利润,而不是发展国家建设和实现国家利益,因此,在世界很多领域,跨国公司与民族国家在目标和行动上都存在着差异和矛盾,有时这也是导致世界动荡不安的根源之一。假如把超大型跨国公司和国家按经济实力排序,那么全球最大的经济实体有一半是跨国公司,一半是民族国家。2007年,全球最大的跨国公司美国沃尔玛公司年营业收入为3511亿美元,与2006年世界各国国民生产总值相比,沃尔玛排在第22位。

跨国公司与我们的日常生活:美国孟山都公司^①

美国孟山都(Monsanto)公司是全球第二大农业化工公司和头号生物工程公司,在全球有17000名员工,占据了世界转基因农作物80%的市场份额。

在生物技术领域,孟山都公司一直走在世界前列。2000年4月6日,孟山都公司向包括中国在内的101个国家申请一项有关高产大豆及其栽培、检测的国际专利,一口气提出了64项专利保护申请,长达90页的英文专利申请书详细说明了专利保护范围,其中包括:与控制大豆高产性状的基因有密切关系的“标记”(marker,生物学术语,指一段DNA序列);生产具有高产性状的栽培大豆的育种方法;所有被植入这些“标记”的其他转基因植物(如大麦、棉花和土豆);等等。

如果这些专利获得批准,今后,育种专家进行科学实验时,农民进行栽种时,如果所使用的大豆含有孟山都公司拥有专利权的“标记”,那么必须支付专利费,其他国家的大豆出口将受到限制。

由于中国对动物和植物品种不授予专利,所以这项申请没有取得专利。欧

^① 资料来源:《南方周末》2001年10月25日。