

国际传播与跨文化传播译丛

吴飞 / 主编

理解迪士尼 梦工场

Understanding
Disney
The Manufacture of
Fantasy

[美] 珍妮特·瓦斯科 (Janet Wasko) 著

杨席珍 译

中国传媒大学出版社

国际传播与跨文化传播译丛

吴飞 / 主编

理解迪士尼 梦工场

Understanding
Disney
The Manufacture of
Fantasy

[美] 珍妮特·瓦斯科 (Janet Wasko) 著

杨席珍 译



中国传媒大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

理解迪士尼：梦工场/[美]珍妮特·瓦斯科 (Janet Wasko) 著；杨席珍译.

—北京：中国传媒大学出版社，2015.1

(国际传播与跨文化传播译丛)

ISBN 978-7-5657-0910-4

I. ①理… II. ①珍… ②杨… III. ①迪士尼—公司—企业管理—研究
IV. ①J 997·12

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 010496 号

国际传播与跨文化传播译丛

吴 飞 主编

理解迪士尼：梦工场

Understanding Disney: the Manufacture of Fantasy

著 者 [美]珍妮特·瓦斯科 (Janet Wasko)

译 者 杨席珍

策划编辑 司马兰 姜颖旻

责任编辑 曾婧娴

封面设计 拓美设计

责任印制 曹 辉

出 版 人 蔡 翔

出版发行 中国传媒大学出版社

社 址 北京市朝阳区定福庄东街1号 邮编:100024

电 话 86-10-65450532 或 65450528 传真:010-65779405

网 址 <http://www.cucp.com.cn>

经 销 全国新华书店

印 刷 北京艺堂印刷有限公司

开 本 787×1092 mm 1/16

印 张 16.5

版 次 2015年1月第1版 2015年1月第1次印刷

书 号 ISBN 978-7-5657-0910-4/J·0910 定 价 58.00 元

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换

译 丛 编 委 会 (以姓氏笔画排序)

主 编: 吴 飞

编委会成员: 韦 路 (浙江大学教授)

李红涛 (浙江大学副教授)

杨国斌 (宾夕法尼亚大学副教授)

张国良 (上海交通大学教授)

吴 飞 (浙江大学教授)

单 波 (武汉大学教授)

姜 飞 (中国社会科学院研究员)

赵晶晶 (浙江大学教授)

郭建斌 (云南大学教授)

展 江 (北京外国语大学教授)

潘忠党 (威斯康星大学教授)

总序

FOREWORD

“与他者共在”：理解全球传播

国际传播与跨文化传播研究近几年在中国渐热起来了，每年都会有一些著作出版，也有大量的论文发表，但却没有相对权威和系统的译丛。2009年，本人主持了一项教育部哲学社会科学研究重大课题攻关项目《国际传播的理论、现状和发展趋势研究》（项目编号：09ZJD0010），遂决定组织翻译一套较权威的译丛。课题组成员系统地梳理了近年相关研究的权威著作，并与出版社的编辑共同选定了现有的拟翻译出版的书目。

在全球化的整个概念中，媒介和传播发挥着非常重要的作用，但是在理论的探讨中，这一部分却被严重忽视了。显而易见的观点“没有媒介和传播就没有全球化”既没有被清楚地表达过，也没有被清楚地分析过。一方面，大多数全球化理论家都不是来自于媒介和传播领域，本身并不研究媒介；另一方面，大多数媒介学者也没有认识到媒介与全球化的关系，他们的着力点放在国际传播领域，将主要精力用于研究媒介经济、权力和不平等问题。此外，以欧洲为代表的文化研究学派尽管也关注人和媒介的问题，但是他们将研究的外延扩大至作为整体的文化，更倾向于将整个传播过程理解为一个文化的过程，实际上忽略了媒介和传播对人们的生活经历起到的至关重要的作用。

特希·兰塔能（Terhi Rantanen）教授的《媒介与全球化》（*Media and Globalization*）一书，旨在研究全球化、媒介和个人三者之间的关系。本书写作的思路为：个人如何通过自身的媒介活动（这些活动演变成社会实践）来推动全球化进程。这一研究既区别于传统的全球化研究，将媒介和个人纳入研究视野，探讨媒介和个人在全球化进程中扮演的重要角色；也超越国际传播的政治经济范

畴，且区别于传统的文化研究，它不仅对个人感兴趣，而且还对媒介感兴趣，并将全球化视为研究的重要语境。

这项研究主要以来自不同场域的三个家庭的四代人为研究对象，探讨他们的个人生活如何受到媒介和传播的影响，而这又对全球化产生了什么样的影响。为了突出媒介和传播在全球化进程中所扮演的关键性角色，兰塔能教授发展了一套新的方法论，她称其为“全球化的媒介志”（global mediagraphies）。全球化的媒介志受到阿帕杜莱（Appadurai）的景观理论和索科（Saukko）的多场域的民族志的影响，这一研究方法以一种结构化的方式包容了个人以及他们在媒介化的全球化进程中的媒介使用，既涵盖了微观的研究（个人的媒介使用），也涵盖了宏观的研究（跨越时空的全球化进程）。尽管研究的起点是个人，但其目的却是在大语境下分析个人（他或她）的故事，并由此发展比较的类别。

《媒介与全球化》一书共分七个章节，第一章概括了本书的研究背景、目的和方法；第二章从全球化的阶段划分、媒介的划分以及三个家庭的生活史等三个方面分析了全球化的发展；第三章介绍了时间、空间和地点与媒介的关系，并指出对媒介的使用如何影响了三个家庭四代人的时空观；第四章讲述了媒介的使用对三个家庭四代人所带来的同质化影响，重点探讨了媒介带来的国族认同和世界流行文化；第五章主要讲述媒介使用对三个家庭四代人所带来的异质化影响，重点探讨了媒介的去领土化和本土化的功能；第六章分析了媒介和传播如何影响人们对全球化的态度和反映，重点探讨了全球化进程中，媒介化的世界主义的多个层面；而第七章则站在前六章的基点上，对全书进行了理论的梳理和总结。

由荷兰学者贾泊·凡·吉尼肯（Jaap van Ginneken）所著《理解国际新闻：批判性导论》（*Understanding Global News: A Critical Introduction*）最早于1996年以荷兰语出版，1998年由赛奇出版社出版了英文版。该书出版之后，于1999、2002、2003、2005年多次重印，并获得包括彼得·达尔格伦（Peter Dahlgren）等著名学者的好评，成为国际新闻领域代表性的批判导论著作。

《理解国际新闻：批判性导论》全面探讨了北美与西欧媒体如何报道国际事务，如何引领其他国家与地区的新闻界定，并进而影响了我们对外部世界的感知。借助不同的理论视角与大量鲜活的案例，作者雄辩地说明，新闻媒体对国际事务的报道，更多是由特定文化、意识形态及新闻生产逻辑塑造的“社会建构”或“社会呈现”，而不是单纯提供一扇通向大千世界的窗户。该书因而也挑战了那些不容置疑的媒介客观性观念。该书语言精当，论述生动，对新闻院校的学生、新入行的新闻工作者乃至一般阅读公众，都大有裨益。

该书的最大特色在于跳出新闻社会学与国际传播的学科疆界，从更开阔的理论视野审视国际新闻的生产，这一点鲜明地体现在各章标题中：何为新闻？新闻选择的哲学；哪些媒体最具影响力？富媒体与穷媒体的经济学；新闻记者是谁？他们如何工作？专业人士与门外汉之社会学；谁能在国际新闻中发声？喧哗与沉默的政治学；事件何时变成新闻？断裂与延续之历史学；国际新闻从哪里来？中心与边缘之地理学；新闻信息如何生成？字里行间之语言学；画面从何而来？敞开与遮蔽之符号学；媒介有什么效果？同情与误解之心理学。

如今，世界各国相互依存、相互联系以及接近性的趋势日益突出，跨国、跨文化交往也更为频繁，这构成了当今国际社会的新局面。在这样一个世界中，国际传播的发展变得越来越重要。而显而易见的是，政治活动、经济贸易、文化、安全、健康等一些公认的国际性事务与许多有影响的重要力量紧密相连，这些力量经历了从国家到地方的发展过程，能承担来自国际上的外部压力。在这些环境和压力中，国际传播就是一个复杂且关键的力量。当下，世界的历史、政治、文化发展正走向一个纷争不休的节点。因此，我们要更加深刻、敏锐地关注和理解国际传播的理论构想及其学术领域的历史传统与发展轨迹。为此，我们选择翻译了一本论文集——《国际传播理论前沿》（*New Frontiers in International Communication Theory*）。这本著作从学术和实践两大方面分析了美国国际传播研究的起源，指出“国际传播”不是一个学科或一个研究“领域”，而是从组织化探索模式的视角进一步分析，国际传播是一个议题群（比如发展理论议题群、国际纷争中的新闻议题群、地缘政治学与传播议题群等）。所谓议题群，就是将国际传播作为一个内部结构相对分散的研究领域来勾勒。这本著作的内容包括：反思国际传播的理论框架、传播的全球化动力、国际传播研究的模式和方法、政治学视野下的国际传播。各部分包括的文章超越了政治经济学思维下的国际传播研究，通过跨学科的视角（传播、历史、政治理论、国际关系和文化研究）建立了社会学的研究领域。在国际传播和媒介研究领域，这些文章重新检验并探索了调查方法中已构建和新出现的工具与模式。这些文章通过解释现象而不是先验地认为是否合适或重要（比如网络技术恐怖主义、跨国基因组争论、伊斯兰教）来对这一研究领域提出挑战。

这本文集有两个主要目的：第一是对国际传播研究的范式构建进行反思与质疑。使用“前沿”这一概念就是为了让人们想到“新”与“旧”的分界线。由此，这本文集的根本目的在于自省，我们是谁以及我们在国际传播中做了什么是分析的目标。再者，对前沿的探索会带来一个突破，在打乱了先前的观点的同时，又

提供了另一种可选择的理解。在探索新前沿的过程中，我们总是会重新组织这项研究，从而彻底地勾勒这个领域的框架。第二是在概念上突破现有的研究模式、方法和路径，以期在国际传播研究领域里绘制“新大陆”。“前沿”更像是遥远的地平线，象征着领先与超越。由此，这本书的目的在于未来的导向：试图从概念和方法论上发展新思路，超越现有的规制、方法、路径。综上所述，本文集旨在促使国际传播走向研究的新前沿。

由美国东北大学教授、传播研究负责人托马斯·K·中山和圣何塞州立大学传播系跨文化传播研究教授罗娜·塔米克·哈鲁阿拉尼联合编辑出版的《批判性跨文化传播指南》是一本非常权威的跨文化研究读本。中山教授是《国际传播与跨文化传播》期刊的创始编辑，主要研究领域包括种族批判研究、跨文化批判研究，出版了《情境中的跨文化传播》、《体验跨文化传播》和《社会中的人类传播》等著作。哈鲁阿拉尼教授的研究领域包括批判性跨文化传播研究，跨文化接触，种族、名族研究，多样性研究，偏见、身份和文化政治，离散型身份以及夏威夷、太平洋海岛居民研究，是《以夏威夷人的名义——土著身份和文化政治》一书的作者。

尽管先前此领域中的学者们也曾零星地对批判性跨文化传播研究的问题与研究议程进行过设想和展望，但是这本《批判性跨文化传播指南》却堪称是迄今为止批判性跨文化传播研究领域里最杰出的研究者所做出的学科想象之集大成者。

值得一提的是，书中的文章围绕运行在具体的文化背景中、特定的情境下、传播实践的互动关系里的权力、语境、社会经济关系及历史或结构性力量现象与问题展开探讨和争辩，其批判属性显而易见。

本书对批判性跨文化传播研究领域进行了全面的介绍，尤其是其兴起的历史渊源、内在的逻辑、各种发展条件和可能性。不仅追溯了那些使批判性跨文化传播成为一个传播学研究领域的历史过程，同时呈现了批判性地研究文化及跨文化关系崭新的、充满生机的可能性。书中首先回顾了批判性跨文化传播研究发展过程中的重要时刻和发展节点，指出学界对曾一度占主导地位的民族国家文化观的批评，对在跨文化研究中要关注具体的历史条件和背景的呼吁，以及把文化看成权力与意识形态“斗争的场所”理论著作，逐渐打开并拓展了跨文化研究的空间和边界，并提出了关于文化和传播的更复杂的新问题。书中指出，在过去的十多年间，学者们一直呼吁一种对权力因素进行透视的研究视角，亦即现在被称为跨文化传播研究史上“第五浪潮”的批判性跨文化传播研究视角。顺着这些批

判思路，许多知识空白点被“揪”了出来，等待在后来的研究中填补；跨文化研究需要有别于之前研究传统这一需求也就变得显而易见。经过一番“盘货”，指南阐明了许多先前未曾深入研究的许多重要问题。这些问题或成了脚下的路，或成了横在眼前的岔路口。同时，作者借此提出，要使批判传播研究作为一个学术研究领域能够进一步成长、发展并具有持续的解释力（不论从历史还是政治角度），还有若干关于批判性传播研究的性质、关键假设、研究路径及与其他思想流派的合作等悬而未决的问题需要回答，同时还要了解批判性跨文化传播研究未来需要直面的那些挑战。

自 20 世纪 90 年代以来，国际传播与跨文化传播领域也越来越多地在中观层展开，包括区域问题研究，如对东南亚、欧共体，甚至多国领域内的国际信息流通情况的实证与比较分析逐渐增多了，研究者们更多地将社会科学的研究方法和人文科学的研究方法结合起来。而由著名的新闻学家、纽约雪城大学纽豪斯公共传播学院教授帕梅拉·J·休梅克主持的《世界上的新闻》一书，就是这类研究的代表性作品。休梅克教授长期从事新闻把关人、新闻价值以及新闻的生产方面的研究。而她主持这一研究的目的，是希望将她此前关于新闻本质的理论应用从美国推广到全世界：她在美国的发现是否能表明偏离和社会重要性是否是新闻价值普遍至其他国家的预示。毫无疑问，这项研究将包含在一些国家新闻媒体的内容分析中——而且也许是对调查的新闻价值的有无与多少的衡量标准。这项包括了对十个国家（每个国家所选取的两个城市）的报纸、电视新闻和广播新闻量化的内容分析，就成为这一著作的主要数据来源。研究者们试图回答不同国家新闻信息传播的现状、新闻价值选择和受众的选择偏好。

这本书的另一位合作者是阿基巴·A·科恩，他是以色列特拉维夫大学传播系负责人。科恩曾邀请休梅克参加 1988 年在耶路撒冷举行的国际新闻会议。他做过许多的国际研究项目，由于担任国际传播学会的前任主席，他在全世界交际广泛。其他的合作者包括俄勒冈大学的朱利安·牛顿、北卡罗来纳大学教堂山分校的罗伯特·史蒂文森，以及巴黎雪邦大学的吉登·考茨。

《全球化与文化：全球混融》（*Globalization and Culture: Global Melange*）一书的作者提出一个有趣的问题：对待全球化问题可能有一个全球化的、普遍的、放之四海而皆准的方法吗？他对此表示怀疑。

早在 1922 年，罗兰·罗伯逊（Roland Robertson）就在其著作中提出“全球化和文化”的命题，作为宗教社会学家他是最早涉及全球化问题的，文化对他而言是非常基础和重要的。之后，人类学、社会学、比较文学、传媒学和其他社会

学科的学者都对此进行了广泛的研究。本书首先梳理了许多学科对于该命题的观点，比如，媒体和文化研究中的一个很普遍的看法就是全球范围内的文化均质化；在政治学、政治新闻工作中又充斥着种族政治（种族清洗和各种新型国家主义）和宗教激进主义，这些表明，全球化和地区政治之间关系紧密，而且在整合的同时也出现分裂。因此，全球范围内，文化的一致性到底是越来越增强了（沿着商品化和消费主义的轨迹），还是文化的多样性和分歧在日益增长？对此，许多文献作出了截然不同的判断。社会学的一个研究成果就是，通过全球化来重新审视现代性；而在政治经济学领域，却是通过全球化重新思考资本主义。

虽然很多学者认为全球化的时间是和现代性的时期（1800 年至今）相一致的，或者说是和（现代的）资本主义时期（1500 年以后）相吻合的，或者说是现代世界“西方化”的延伸，但本书作者采用了更广阔的视野，从历史的深度和地理的广度来探讨全球化，比如宗教中的普世主义是否是全球化的最早蓝图？比如历史上犹太人的迁徙是否是全球化的先期？世界历史上著名的“希腊化”及其所带来的文化繁荣是否属于某种“全球化”？作者认为，全球化无论在时间上还是地理上，都是多场更广泛、更深入的人类会晤。

作者认为，全球化带来的争议远远大于共识，不同的学科对全球化的基本原则也有完全不同的看法。当代加速发展的全球化涉及一种新的权力分配，它伴随着在产品和劳动力方面的信息化和灵活性，同时，新自由主义的全球化又增加了诸如“解除管制”、财政化和市场化等因素。那么全球化是否意味着人类越来越整合和走向团结？通常的研究对此都持肯定、乐观的看法，但是，本书却严肃地提出人类的团结联合虽然是全球化的梦想，但现在世界却面临着日益增长的、严峻的全球化不平等。全球化是一个长期的、不均衡的、矛盾的过程，在这个过程中，全球化拓展了社会合作，甚至在某种程度上也增强了民主，但同时，全球化也加剧了不平等的程度。

作者还总结了对待文化差异和多样性的三个根本上截然不同的范式：（1）差异永远存在；（2）差异将让位于逐渐增长的均质化；（3）各种差异将会出现混合，在此过程中又将产生出新的差异。因此，第一种看法认为，根据“文明冲突”论，文化的差异将会持续下去，并且产生很多对抗和争斗。第二种观点认为，全球的相互联系导致文化上的聚合和一致越来越多，就像横扫全球的消费主义一样，简而言之就是所谓“麦当劳化”。第三种立场认为，一直以来所发生的就是跨地区和身份的混杂、融合的过程。作者赞成“全球化是混杂融合”的观点，反对将全球化理解为一个均质化、一致化的过程，也反对将全球化完全与

现代性等同起来的“西方化”理论。作者认为政治边界上的真正问题从来都不是混合——混合在历史上是非常普遍的，真正的问题是边界和社会上对边界的崇拜倾向，只有在要把边界弄得越来越精确的时候，混合才是一个问题，比如种族纯粹论等。混杂的意义不仅随着时间而变化，而且在不同的文化圈里也有所不同，这预示着混杂也有完全不同的模式，最后，混杂的重要性就在于它使很多边界成了问题。

由著名的华人传播学家、传播政治经济学的代表性人物赵月枝教授主编的《全球传播：跨文化政治经济学》（*Global Communication: Toward a Transcultural Political Economy*），是一部从政治经济学角度全面分析跨文化传播的力作。赵月枝教授以新自由主义为核心，讨论了国家与媒体关系在不同社会中展现的独特性，分析了中国传媒体制改革的内外环境和历史境遇，指出中国的传媒体制改革在无法抛弃旧有的国家社会主义遗产的前提下，有选择地实施了新自由主义策略。与中国部分的论述不同，Soek Fang Sim 则通过访谈和分析报刊资料指出，在既定的新自由主义框架下，新加坡政府利用媒介话语将社会竞争、贫富分化等转型期的社会矛盾巧妙地合法化并得到了人民的广泛认同与支持。而罗伯特·达菲（Robert Duffy）和罗伯特·埃弗顿（Robert Everton）则详述了委内瑞拉从“新自由主义”到“反新自由主义”，再到“后新自由主义”的历史过程，探讨了“玻利瓦尔革命”中委内瑞拉的媒介、国家与民主政治之关系。

本书的议题还包括全球化进程中的社会、媒体与国家关系问题，不同社会情境中媒体的新自由主义改革的内在矛盾及相应的文化转型问题。论者分析指出，文化全球化过程中的权力关系运作是相当分散和离心的，以往清晰的国家和文化地理区隔变得脆弱。因此，理论的重新建构在于把握在全球化过程中使国际媒体和文化格局更加多元复杂的离心力运作要领，而不是用文化帝国主义理论中理解的中心边缘范式。岩渊功一（Koichi Iwabuchi）对东亚区域性文化流动的研究，就是很好的一例，通过研究 20 世纪 90 年代的全球化过程如何加剧了日本流行文化和东亚其他国家和地区（韩国、中国香港、中国台湾及其他中国部分地区）之间的交流，及在此过程中日文化如何对其他亚洲国家的文化塑造和转型进行影响的过程，岩渊功一探索了东亚文化情境的复杂性，强调在不同社会情境中历史连续性的重要。而马尔文·克莱迪（Marwan Kraidy）通过对阿拉伯媒体产权结构和阿拉伯国际卫星电视真人秀节目的文本分析，梳理了以真人秀为代表的西方文化如何被移植到阿拉伯世界，阿拉伯媒体的产权结构如何影响了电视节目的产制，阿拉伯国家之间的不同如何在阿拉伯真人秀节目的再生产过程中显现等问

题；讨论了阿拉伯媒体自由化过程中，商业媒体混合文化转型的可能性。博特玛·博阿滕（Boatema Boateng）比较了加纳和美国两国之间的媒体市场发展的社会动态，他分析了在民俗文化阿丁克拉（adinkra）布的生产、商品化和全球流通过程中的权力转换。在地方层面，阿丁克拉布商品化加速增长的速度和规模为女性生产者打开了权力逆转的渠道；在全球层面，在阿丁克拉布生产者在设计全球化过程中被边缘化的同时，在北美散居的非洲群体通过他们对阿丁克拉布的消费行为来争取他们的符号身份。这种斗争不仅对国外散居者和非洲大陆居民之间复杂的符号政治关系，也对国际市场中的种族政治提出了问题。自20世纪60年代面向拉丁族裔的电视节目出现以来，在美国的西班牙语媒体数量一直在稳步增长，马里·卡斯塔尼达（Mari Castañeda）通过回溯拉丁裔电视节目的产业扩张，研究拉丁媒体的转型和拉丁裔人口增长的关系，展示了影响拉丁族裔的公众认知，及其在社会中持续隐形的复杂动态过程中的矛盾。

20世纪90年代开始，冷战结束并带来相应的重要变化，例如整个欧洲在政治上的重组。全球相互依存关系加强，而且相互依存关系远不止表现在经济层面，同时还表现在文化方面，这包括：在文化领域包含、吸收或同化了多少国外内容？国外的内容是通过何种方式进行传播的（如通过书籍、电影、音乐、DVD、电视、商业往来、移动设施或互联网）？国内或本地文化（包括语言）如何受到这些国外内容的影响的，等等。这一大背景改变了过去研究或分析国家间互动的全球性视角。麦克费尔（McPhail）的《全球传播：理论、利益相关者和趋势》（*Global Communication: Theories, Stakeholders and Trends*）试图从文化、经济、政治、社会和技术等方面对民族国家之间和跨民族国家的传播与媒体模式及影响进行分析。作者采用国际信息传播新秩序（NWICO）、电子殖民主义和世界系统理论作为主要的理论视角来组织和理解在向国际传播迅速变化的大环境中所发生的事件、潮流和主要的利益相关者。这三个理论可以对当前的潮流、经济、技术和在国际传播中具有活力、具全球影响、作用日益扩展的各利益相关者成员进行框架性的梳理或组织。

作者指出，世界系统理论很好地解释了国际传播领域正在发生的扩张现象。大众媒体（包括电视和电影）是核心区域向半外围和外围区域传播和灌输价值观的主要媒介（声音、印刷品、光碟和数据）。占统治地位的资本主义意识形态嵌入到了主要核心文化工业的交易结构、市场营销和战略规划中。主要的跨国媒体集团来自核心国家，尤其是美国和欧盟。为了获得利益，它们想方设法影响、扩展和推动其文化产品——包括书籍、杂志、电影、音乐等——进入两个附属区

域。核心国家的文化工业和意识形态需要向其他两个区域成功兜售核心区域的商品与服务，这样才能增长市场占有率，同时与其他核心商品——例如手机、快餐、设备、航空、计算机等——同步配合，从而享受全球经济扩展带来的利润。很多情况下，文化用品在其他两个区域的广告活动都是量身定制的，广告也是整个资本主义运动的一部分。而广告本身也代表了世界系统理论的一个小小的“个案”，几乎全球所有新媒体机构都须倚赖广告才能获益。而所有顶级广告机构都是来自核心国家的跨国公司。无论是对于哪种类型的传播公司，包括印刷出版、电台、电视、户外广告或互联网，跨国广告机构都显得举足轻重。

世界系统理论暗示着这样一个信念，当半边边缘和边缘区域更接近资本主义，并将市场扩展至包含核心国家时，就会获得繁荣。但是有一个重要的问题：当核心国家将其文化工艺品和产品扩展到其他区域时，结果往往是这样：第一，需要外国消费者购买核心国家的产品，最终所获利润又回到跨国媒体集团，而大多数媒体集团不是在欧洲就是在美国。第二，在核心国家生产的传播产品通常用外国的取向或价值观取代或替换当地的文化产品。因此，事实上是核心国获益还是当地获益，是个值得讨论的问题。

如今，全球传播活动的战线拉得很长。在一头，大量发展中国家或外围区域国家还在关注基本的传播设施（如广播电台或电话服务）；而另一头，核心国家中有些已工业化超过一个世纪。甚至有的核心国家也在思考在迅速发展的信息时代中如何生存自救的问题。例如，加拿大、法国、瑞士、澳大利亚及北欧一些国家正面临着成为美国的电子殖民地的威胁，因此当下亟待重新思考对民族国家媒体和公共事务的支持，也包括对艺术领域的补贴。因此，一系列的问题将会呈现：在关于国家主权、文化、语言和电子殖民主义问题上，国家政府干预、对文化工业给予资金支持，以及对媒体所有制的规范到底应该发挥什么样的作用？电子报纸、互动的有线节目、互联网、智能手机和卫星直播的出现引发了很多问题，例如规范的作用为何，如何看待国家边界的问题，等等。尽管具体的问题有所不同，外围国家也同样离不开上述议题。

总之，自冷战结束以来，国际传播研究迈入了一个新的历史阶段，而随着“9·11”事件引发的所谓文明的冲突，又使得研究者重视跨文化沟通问题。国际传播牵涉哪些主体（国家、国际性非政府组织、全球媒体、全球公民）？这些主体在哪些层面与哪些场景下互动？在国家之间区域之内全球范围流动的信息包括哪些？这些信息生产、流动与消费在什么文化与制度环境下发生、讯息的跨国流动带来哪些理论/实践/政策问题？全球化到底产生何种影响？文化间或者说文明

间的冲突是不可避免的么？康德所构想的永久和平对人类社会来说，是否永远是一个遥远的梦？我们是否可以寄希望于新传播技术的进步，来重新建构世界信息传播新秩序……所有这些问题在我们正要出版或者将要翻译出版的著作中，都作了较深入的研究。我相信，本译丛的出版，对于繁荣中国学术研究，是一件益事。是为序。

浙江大学传媒与国际文化学院 吴 飞

2014 年 10 月 15 日

序言与致谢

Preface and Acknowledgments

1 关于我在新加坡与东京之间 36,000 英尺上空的飞机上撰写序言 迪士尼的“魔力”似乎让人无处可逃。此时此刻，甚至在距离地面 36,000 英尺的中国南海上空，我依然被迪士尼产品团团包围。正在放映的影片是《火星任务》（迪士尼旗下子公司试金石出品），随后播放的是经典动画片《米奇与布鲁托》和《高飞家族》片断。音频节目有一整个频道正在播放迪士尼好莱坞唱片公司录制的唱片艺术家（杜兰杜兰、BBmak 和 Jessica Riddle）的作品，航班杂志刊登的一则著名广告是迪士尼世界 2000 年的庆祝画面。航空购物中心（Sky Mall）的购物目录（便于乘机时购物）里有经典动画艺术品，如米奇（Mickey）、布鲁托（Pluto）、小熊维尼（Winnie the Pooh）等，价格从 99 美元到 325 美元不等；还有桌面游戏《谁想成为百万富翁》，以及迪士尼旗下的美国广播公司（ABC）的电视节目。

同时，我前排座位那个大叫大嚷的小孩，身上穿着小熊维尼的运动装，手中拿着米老鼠的长毛绒玩具。当然，这家航空公司并不属于迪士尼公司——起码现在还不是。

2 我与迪士尼：迪士尼成为我全心研究的对象 20 世纪 50 年代到 60 年代，我在加州南部长大，这意味着我有很多机会接触迪士尼世界。迪士尼乐园正好位于圣迭戈（San Diego）从我家上高速公路的途中。《迪士尼奇妙世界》和米老鼠俱乐部都是不可不看的电视节目。如同大多数美国儿童一样，在我看来，不少美国家庭的记忆均以某种方式与迪士尼息息相关。

正是出于这个原因，我将此书献给我的家人，尤其是我的哥哥杰克。为了加入米老鼠俱乐部（Mousketters），他的第一位女友从圣迭戈搬到洛杉矶。我和哥哥一起有着很多共同的童年记忆，参观迪士尼“魔幻世界”，哥哥至今依然乐此

不疲。

我还得承认，我曾经在加州的伯班克市（Burbank）“沃尔特叔叔农场”（亦称迪士尼工作室）工作过。那是在影视行业从事的最后一份工作，正是那次工作经历促使我重返学术界，试图弄清为什么娱乐业以那种方式发展，并对它在社会中的角色提出质疑。

最后，我发现我现在所服务的大学以迪士尼卡通人物作为吉祥物。后来，我对迪士尼有了更多的了解……

3 关于本书的由来 几年前，我打算在俄勒冈大学开设一门课程介绍迪士尼，当时那似乎是一个很好的想法。那门课程的名称与本书的书名一致，并涵盖了某些相同的部分。起初，我的目的是试图开拓一种政治经济学的方法研究媒体，同时，也算是对那些批评政治经济学家从不关心文本、受众和文化的评论家们给予的回应。而且，这门课程似乎有望成为深受学生欢迎的一门课程——事实证明的确如此。多年来，数百位同学帮助整理出本书中出现的诸多问题，提出他们对于迪士尼现象的个人思考，并与我分享了他们关于迪士尼的记忆（部分内容列入本书第七章）。我向所有这些人表示感谢——无论他们是否喜欢这门课程。

4 更多致谢：还有一些人需要致谢 从事迪士尼批评工作的研究者们经常遭到断然拒绝，对此我很熟悉，故而，我没打算获得迪士尼公司的支持。然而，在此项目进行期间，很多人提出了他们的真知灼见，因为这些见解包含了他们对于迪士尼的关心与厚爱。早期阶段，俄勒冈大学电信与电影系的同事们提出了他们的想法并给予我莫大鼓励，尤其是卡尔·拜比、埃伦·塞特、罗恩·谢里夫夫妇、克里斯·柏迪和罗恩·格雷格。在我接受富布赖特项目委派前往哥本哈根大学访学期间，参加我开设的迪士尼课程的丹麦老师和同学们给我提供了富有价值的建议。在随后撰写初稿遇到一些具体问题时，苏珊·戴维斯、马克·菲利普、比尔·昆兹、艾伦·米亨、金·希恩、弗朗西斯·库根、杰里米·奥尔登、利兹·詹姆斯和兰迪·尼克尔斯给我提出了宝贵的反馈意见。艾伦·瑞奥丹、约翰·格罗夫斯和马克·菲利普斯承担了我的研究助理工作。俄勒冈大学新闻与传播学院为我提供了一小笔经费，资助我前往巴黎参观那里的迪士尼乐园。也要感谢俄勒冈大学品牌推广与授权中心主任马特·戴斯特先生向我介绍俄勒冈大学的吉祥物情况。还要感谢汤姆·古柏克先生，他将宝贵的迪士尼资料递交给我，里面包含了30年来的迪士尼年度报告。在过去的几年中，太多太多有见地的人（名字太多，

此处不再一一列出）向我转发了文章、剪报和电子邮件内容，还有些人转送给我各式各样的迪士尼物品（特别是比尔·昆兹、贝克尔、德布·莫斯金和安德鲁·雅克布维茨）。

本书图片由卡洛斯·卡尔德隆、杰里米·奥尔登和安德鲁·雅克布维茨提供，尽管也有很多其他同事拍摄了世界各地的有趣图片，本书未能全部采用。我尤其要感谢玛蒂娜·拉希尔，允许我采用她画的《狮子王》；感谢彼得·怀特，允许我使用他专门作出的《隐身的米奇》插图；感谢乔治，允许我使用他的作品《“文身的男人”——瑞格尔》；以及詹姆斯·维克多，让我分享他的海报《迪士尼回家》。

再次感谢政体（Polity）出版社和布莱克威尔（Blackwell）出版社的各位编辑，他们的工作耐心，专业，高效。尤其要感谢让·凡·阿尔特拉、帕姆·托马斯、桑德拉·拜厄特和比尔·默特利。