

WESTERN JOURNALISM AND
COMMUNICATIONS CLASSICS

西方新闻

传播学

经典文库

INTERNATIONAL COMMUNICATION

国际传播

延续与变革

Continuity and Change

[英] 达雅·屠苏 著

Daya Kishan Thussu

董关鹏 主译

NATURE WORKS
BY THE REGAL WORKS

Once upon a time, people made

They worked with their hands to

of good quality. Their wisdom and skill were not wasted.
of its natural resources.

Keep it the way our ancestors did.
to live in harmony with nature.

We take our materials from

WORKS

to rediscover the meaning of the earth.

新华出版社

西方新闻
传播学
经典文库



INTERNATIONAL COMMUNICATION

国际传播

延续与变革

Continuity and Change

[英] 达雅·屠苏 著

Daya Kishan Thussu

董关鹏 主译

新华出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

国际传播：延续与变革 / (英) 屠苏著；董关鹏主译. —北京：新华出版社，2004. 9

(西方新闻传播学经典文库)

ISBN 7-5011-6795-8

I. 国… II. ①屠…②董… III. 传播学 IV. G206

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 089624 号

京权图字：01-2003-6377 号

International Communication

Copyright (c) 2000 Daya K. Thussu

Chinese translation published by Xinhua Publishing House

Authorised translation from English language edition published by

Edward Arnold (Publishers) Limited

All rights reserved

本书中文专有权属新华出版社

西方新闻传播学经典文库

国际传播：延续与变革

〔英〕达雅·屠苏 著

董关鹏 主译

*

新华出版社出版发行

(北京石景山区京原路 8 号 邮编：100040)

新华出版社网址：<http://www.xinhupub.com>

新华书店经销

新华出版社激光照排中心照排

北京振宏福利印刷厂印刷

*

787 毫米×980 毫米 16 开本 27 印张 插页 2 张 410 千字

2004 年 10 月第一版 2004 年 10 月北京第一次印刷

ISBN 7-5011-6795-8/G · 2466 定价：48.00 元

总 序

李良荣

中国的新闻改革已历经 25 个年头。25 年来，中国新闻媒体获得前所未有的大发展，也带来新闻传播学空前的繁荣。有幸经历 25 年新闻改革的人都不会忘记，中国新闻媒体的发展、学术的繁荣从世界各国、尤其西方新闻传播学中得益良多。西方新闻传播学引入中国，给中国的新闻界带来一股清新的风，它们的许多理论、观点、概念都让人耳目一新。这些理论、观点、概念对更新我们的新闻观念、改进新闻业务、改善媒体经营发挥过积极的影响。

进入新世纪，中国正式加入 WTO。在经济全球化的推动下，西方各国超级大媒体纷纷抢滩中国。中国的媒体同样在跃跃欲试进入世界各国，媒体国际化已成不可阻挡之势。在这样背景下，中国传媒界对于世界各国、尤其对西方传媒的理念、法则、规范以及操作方法的学习、研究正掀起新一轮热潮。

这新一轮的学习、研究热潮比起上世纪 80 年代末，跃上了一个新的层次。那时，中国的国门刚刚打开。西方的新闻传播学让急于寻求发展新思路的中国媒体大开眼界，他们以一种饥不择食的状态把西方新闻传播学的一切新理论、新概念、新提法搬到中国来，甚至简单地模仿西方媒体的许多具体操作方法。但近 10 年来，尤其进入新世纪，中国的新闻界，无论是业界还是学界，已日趋成熟，他们理性地审视西方的新闻传播学。他们还在努力地学习，但为我所用——只吸收适合中国国情的理论和方法；然后更多的是研究、思考，寻找做大做强中国媒体的道路，以便有朝一日

能够在国际舞台上和西方超级媒体展开真正意义上的竞争。

中国媒体发展的进程需要更系统、更全面地翻译、出版西方新闻传播学的经典著作。为此，我们在翻译本套译本之前，特地聘请美国、英国、日本等国 12 位知名教授、学者推荐当代西方新闻传播学的代表作，并从上百本的推荐书目中精益求精，遴选出二十多本著作，涉及到新闻传播界理论、实务、法规、经营管理等诸多领域，并由新闻传播学、外文专业的教授、博士生、博士后担纲翻译，力求翻译的准确、规范和文字的流畅。为了便于读者更好地了解译著，我们特地聘请相关专家来评述译著的基本观点和学术地位。

2003 年 10 月

目 录

总序	李良荣(1)
原著者中文版序言	(1)
绪论	(4)
第一章 国际传播的历史沿革	(15)
第一节 传播与帝国	(17)
第二节 电报的发展	(20)
第三节 通讯社时代	(26)
第四节 大众媒体的出现	(31)
第五节 无线广播与国际传播	(33)
第六节 无线广播的频率之争	(35)
第七节 冷战:从共产主义的宣传到资本主义的 说服	(37)
第八节 国际传播与发展问题	(48)
第九节 需要一个世界信息与传播新秩序	(53)
第二章 国际传播理论的流派	(63)
第一节 信息自由流动论	(67)
第二节 现代化理论	(68)
第三节 依存理论	(73)
第四节 结构帝国主义理论	(77)
第五节 霸权理论	(80)
第六节 批判理论	(82)
第七节 公共领域	(83)
第八节 国际传播的文化研究视角	(85)
第九节 信息社会的理论	(86)

第十节 全球化语境	(90)
第十一节 21 世纪的批判政治经济学理论	(94)
第三章 构建全球传播的基本架构	(97)
第一节 电信的私有化	(99)
第二节 传播领域的自由贸易	(101)
第三节 电信部门的自由化	(108)
第四节 空间私有化:最后的边界	(111)
第五节 全球卫星电视业中的主要角色	(118)
第六节 电信的世界	(133)
第七节 自由化的全球传播体制之含义	(136)
第四章 全球传媒市场	(143)
第一节 集中化	(145)
第二节 媒介产品的全球贸易	(159)
第三节 全球新闻与信息网络	(186)
第四节 设置全球新闻议程	(201)
第五章 传播与文化的全球化	(207)
第一节 西方文化的全球化	(209)
第二节 对文化多样性的关注	(225)
第三节 全球英语	(227)
第四节 媒介市场中的区域化和本地化	(231)
第六章 全球传媒的逆向流动	(253)
第一节 通过小小屏幕看大千世界	(255)
第二节 全球文化中的异议	(259)
第三节 电视业中的全球逆向流动	(262)
第四节 媒体产品出口:由南到北	(272)
第七章 互联网时代的国际传播	(285)
第一节 互联网时代的黎明	(287)
第二节 从“信息的自由流通”到“商务的 自由流通”	(295)
第三节 作为政治工具的互联网	(308)

第四节 全球数字鸿沟	(315)
第五节 国际传播:延续与变革	(328)
附录一 专业词汇表	(333)
附录二 国际传播年表	(343)
附录三 有用的网站	(356)
参考书目	(366)
译者后记 全球传播时代的力量与危险	董关鹏(396)

原著者中文版序言

Preface to the Chinese translation

I am delighted that a Mandarin translation of my book, *International Communication — Continuity and Change*, is being brought out by the publishing arm of the Xinhua News Agency. For me it is an honour and a privilege that a major Chinese publisher has chosen my book for translation, thus making the work of a London-based Indian author accessible to what is potentially the largest academic community in the world.

I am particularly pleased that it is being translated by Steven Dong of Tsinghua University, one of China's premier higher education institutions. Steven has excellent credentials for undertaking such a task, having been educated both in the Chinese and Western traditions.

Writing *International Communication* was a humbling experience for me. While researching it, I realised how complex global processes of communication are and how little is actually known about media in the non-Western world, as discourses on international communication are often shaped by Western academics. In my own small way, I have tried to redress the balance, making the book as international in its focus, themes and perspectives as possible. That such an approach is generally welcome in this era of globalisation is vindicated by the fact that *International Communication* has been an extremely successful book, having been adopted as a key text on the subject in universities around the world.

In this book, I aim to provide a comprehensive analysis of developments in international communication at a time when the political, economic and technological contexts in which media and culture operate are becoming increasingly global, and to bring together the key theoretical and empirical work in this field into one volume. I hope that both scholars and students in a wide range of subjects, from media studies to international relations will find this useful.

With the publication of a Chinese translation, I can be assured that the book will now truly have an international audience. I am very grateful to Xinhua and to Steven Dong for making this possible.

Daya Kishan Thussu

Goldsmiths College, University of London

November 2003

（译文：我的《国际传播：延续与变革》一书能被译成中文并由新华通讯社旗下的出版社出版，实在令我兴奋不已。对我而言，能够被一家中国主要的出版社挑中为译著出版是一种荣誉和优待，也更使得像我这样一个生活在伦敦的印度籍作者，能够将其著作呈现给这一个很可能是世界上最大的学术社会。

尤其让我感到高兴的是，这次能够请到作为中国最高高等学府之一的清华大学的董关鹏先生执笔翻译。董先生曾接受中西方教育的熏陶，并在国际传播研究领域有着很好的信誉。

写就《国际传播：延续与变革》一书对本人来说，曾经经历了一个艰难的，甚至是力不从心的过程。在经过一番调查研究之后，我意识到传播的全球进程是如此的复杂，同时也感叹在非西方世界中对于媒体又是怎样知之甚少，而同时，关于国际传播的话语却往往是由西方学者们来建构的。我希望通过自己的微薄之力，试图将此书尽可能在其关注点、主题和观念上做到国际化，以求重筑一种平衡。事实证明，本次尝试与努力在这个全球化时代受到广泛的欢迎，这本《国际传播》被世界上很多大学采

用，使之成为本领域目前最主要的教学文本，令我感到欣慰的是，有关于这本书的写作已经成为了一次非常成功的尝试。

本书旨在为各位提供一种对国际传播发展的全面分析，尤其是在当前这个媒体与文化运作愈来愈全球化的政治、经济与科技的情势下，将该领域的关键理论与实证研究的著作整合为一体。我希望无论是进行媒体研究或是国际关系研究的各领域的学者与学生都能从中获益。

随着该书中文译著的出版，我将更确定它目前确确实实已经具有了“国际化”的读者。因此我衷心感谢新华出版社，也感谢董关鹏先生，是他们使其成为可能。

达雅·基山·屠苏
伦敦大学歌德史密斯学院
2003年11月)

绪论

当今的世界正处在新一轮工业革命的起跑线上——一场在某种意义上至少能跟过去两个世纪所取得的成就相媲美的革命，一场会在全球范围内极大改变人们生活的革命——这场革命的震中便是电子通讯产业。(ITU, 1999a, p. 5)

当新千年的曙光来临之时，借由 300 颗通讯卫星给地球 24 个时区的现场信号传播，全球的观众都通过电视欣赏到了太阳升起的那一瞬间的光辉灿烂。21 世纪伊始，成千上万的人正在轻而易举地跨过国界，越过时区，在现实生活中通过声音、文字以及图像，甚至三者兼而有之的方式相互联系。在用数字化连接的全球中，穿越国界的数据流量的增长速度越来越快；这一切都大大地繁荣了国际商业活动，他们中的愈来愈多的也都依靠新科技来进行。

虽然被定义为“穿越国界的传播”，但传统的分析却通常认为国际传播只是在少数大国传播议程垄断下的政府与政府之间的信息交换 (Fischer and Merrill, 1976; Frederick, 1992; Fortner, 1993; Hamelink, 1994; Mattelart, 1994; Mowlana, 1996, 1997)。然而，上世纪后期出现的传播和信息技术的进步就向我们展现了更为广阔的国际传播空间——超越了政府和政府之间的传播，而在全球的范围之内融入了商业与商业，以及人与人之间的互动沟通，然而，这一势头甚至在 10 年前就已开始在以难以想象的速度在膨胀。

除了政府这个角色，很多非政府的国际“演员”也在国际舞台上深深地影响着国际传播。越来越多的国际非政府团体正在体现着它们的重要性——包括公众利益组织（PINGOs），例如国际大赦组织、绿色和平组织和国际奥委会；商业利益组织（BINGOs），例如美国通用电气公司、新闻集团和美国电报电话公司；政府间组织（IGOs），例如欧盟、北大西洋公约组织、东南亚国家联盟——都是这个趋势最好的印证（Hamelink, 1994）。

在当今世界，国际传播所关注的内容已经囊括了政治、经济、社会、文化以及军事等各方面（Fortner, 1993），而随着它的不断深入和多样化，对它的研究也就到了刻不容缓的地步。对于国际传播各个方面的研究探讨早已成为媒体文化全球化的必然结果。在国际对比的框架下，传播研究逐渐开始包含了对文化和媒体的研究。然而，由于国际传播与其他众多学科的重叠，对它的研究就绝不能被孤立地认为是单学科研究。在一些研究机构，尤其是在美国许多大学中，关于国际传播的研究都是在国际关系和政治学院中进行的，然而在欧洲和世界其他国家，尽管关于全球化、跨文化和跨民族研究的课程正犹如雨后春笋般激增，国际传播的研究却仍然未找到属于自己的归宿。

美籍伊朗学者汉密德·冒拉拿（Hamid Mowlana）以美国为模板指出了研究国际传播的四种相互关联的渠道：即理想人文主义、信仰宣传、经济以及政治（Mowlana, 1997, p. 6—7）。关于第一个渠道的例证我们可以参见英国学者柯林·切瑞（Colin Cherry）关于传播学的研究；他认为传播能够促进世界的和谐（Cherry, 1978）。而阿曼德·马特拉特（Armand Mattelart）研究了国际传播的经济和政策运用（Mattelart, 1994），奇斯·哈姆林克（Cees Hamelink）则在国际传播的政治运用方面有所探究（Hamelink, 1994）。

当然，这本书的重点是探讨在经济和政治框架下的国际传播以及它与科技、文化发展之间的关系。它的目标是在政治、经济和科技通过媒体和传播变得越来越全球化的情况下，为处在新千年开端急剧变化的国际传媒和传播研究提供一个科学而客观的概况。但关于不同文化下的人们之间的传播，本书并未涉足；此外，本书也未涉及其他特殊传播形式，例如旅

游、教育和文化交际等。

自从人类社会一开始，传播就是跨越时间和空间而存在着的——从澳大利亚的洞穴壁画到无处不在的移动互联网——它通过不同文化背景的国家之间的旅游和商业来往而存在，当然也包括战争和殖民所带来的传播。这种种的传播都导致观念、宗教信仰、语言、经济和政治体制的输出和输入，即从世界的一头通过已经发展了千年的方法传到世界的另一头——包括从口头传述到以书面语言、声音和图像为媒介的传达（Schramm, 1988）。而“传播”（Communicate）这个词本身就是源自拉丁词汇“Communicare”，意为“分享”。由此，国际传播乃是在世界不同民族之间分享知识、观点、信念用以消除国际矛盾斗争和创造相互理解的重要因素。然而在大多数情况下，很多传播的渠道并未被赋予如此崇高的目的，而是为那些少数的控制全球传播渠道的大国的政治和经济利益而服务。

关于 19 世纪国际传播的膨胀势头，我们应当放在资本主义的发展背景下来研究。那时候，快捷而准确的信息成为了欧洲资本迅速扩大的重要因素，而且“在全球系统内，物质市场必然会被信息市场所取代，而在信息市场中，价格与价值是通过有规律的、可靠的信息分配来评定的”。因此信息网络同时扮演着资本主义起因和结果的角色（Smith, 1980, p. 74）。虽然大不列颠英国在 19 世纪和 20 世纪上半叶通过对电报和有线网络的控制从而完全垄断了国际传播，但是在二战之后美国便一跃成为了信息强国。1944 年，美国商业杂志《财富》发表了一篇名为“世界传播”的文章，这篇文章当时就强烈指出美国未来的发展完全取决于其自身所拥有的传播系统的工作效率，正如英国在过去所为：“大不列颠展示了一个史无前例的例子并证明了传播系统对于一个横跨全球的帝国所起的不可估量的作用。”（转引自 Chanan, 1985, p. 121）

国际传播的主要作用之一就是在公共外交领域，即通过公共传播的手段吸引民众从而达到影响其他国家决策的目的（Fortner, 1993）。冷战期间，意识形态上的对峙充斥着国际传播的各个渠道。然而，这种两级化的世界格局观念却忽视媒体系统的复杂性，从而压制了“自由”的美国体制在一种理想统一体和极权主义体系内发展，因此出现了“一个通过美国媒体企业境外发展而形成的强大意识形态武器”（Wells, 1996, p. 2）。

随着前苏联的解体和社会主义的退避,加上第三世界国家在国际决策中,也如同在其他国际相关领域一样,处于边缘地带,由美国领头的西方在国际传播的舞台上翘然以一种核心决策者的姿态出现,在其他全球事务中也是如此。在冷战格局之后,很多情况都有所改变;到了2000年,一个由美国领军的联盟甚至打算租借境况不佳的俄罗斯“米尔号”(Mir)空间站作为国际空间旅行站和好莱坞电影的布景之地(Whittell, 2000)。

早期由国家经营的广播和电讯网络的全球私有化进程已经在很大程度上改变了国际传播的格局,同时这种趋势还一直受到世界贸易组织和世界银行的拥护。正如联合国教科文组织的《世界传播报告》中所评述:

世界传播格局正在逐渐从简单的经济因素缺乏和政府框架控制的模式转化成为自由经济引导的形式多样化的格局。这种变化在电讯和视听领域加快了消除信息传播和分配领域垄断的步伐。
(UNESCO, 1997, p. 11)

在市场引导的媒体和传播氛围内,大众传媒的公众服务角色已经遭到破坏。虽然一些国立广播公司仍然占有很高的观众份额——从印度国家广播业者杜达山电视台80%的观众份额到英国广播公司将近35%的份额都不难看出,而在更为商业化的电视氛围里,例如像巴西的利德电视频道(Rede Brasil)这唯一的公众服务性电视频道就只有仅仅4%的观众份额(UNESCO, 1997)。因而,随着大众传媒,尤其是电视传媒,对全球议程的杠杆作用越来越强时(Shaw, 1996),对于媒体力量的不断集中以及关于其对国际传播的影响的关注也开始逐渐增多。

虽然互联网在最近的国际传播研究中越来越引起关注,但更为普及的电视却在设定全球传播议程中更具影响力。在多渠道数字传播时代,西方主流形象正在成倍地增长,并借此宣扬一种“虚拟战争”或消费主义的生活方式。电视形象能够超越语言障碍,用一种文字和声音媒体无法做到的方式影响国家媒体文化。据卫星工业协会(SIA)合编的《1999—2000年卫星工业指南》中记载,直接到户的电视消费已经成为了其利益增长最快的部分——达到了200亿美元,而且还在以每年30%的速度增长(Sat-

news, 1999c)。

纵然其他主要经济集团，例如欧盟和日本以及一些发展中国家，特别是印度、巴西和中国，都已经从开放全球传播中获取利益，但是最大的自由传播系统受益者仍然是拥有最多通讯卫星、最大文化产品输出和最先进电子商务的世界信息强国——美国。

美国同时也包括美国本土的跨国集团，拥有着创造和保持适应自由市场的国际传播的主要基石。它可以通过其无与伦比的对世界传播软硬件的控制宣扬其公共政策，从而创造出一个“没有国界”的新世界（并非为人类，而是为金钱）。而一个评论员也曾这样说：

美国统治着全球的信息和观念。美国的音乐、电影、电视节目和软件都具有统治地位；而且它们还广受欢迎，很明显，现在它们已经在这个地球上随处可见了。它们塑造着我们的品味和生活，甚至改变着我们对自身民族的一种热爱。

(Rothkopf, 1997, p. 43)

“信息领域与其潜在的巨型有机文化处理器、民主授权者、全球联络站和最终通讯站等功能”被认为是美国公共政策里最为关键的因素（同上：p. 52）。

在前苏联时代，有关于美国政策的舆论曾认为：为了维持其霸权，美国选择偏向注重关于“软力量”的配置，即对于全球传播和媒体文化的统治，而并非武力，这就类似欧洲帝国在殖民时代所做的那样（Nye, 1990）。前美国国防部长助理约瑟夫·奈（Joseph Nye），前美国工会联盟副主席威廉·欧文斯（William Owens）也谈到：信息是国际领域里的一张新牌，美国则比任何一个国家都更适合于通过其信息的软硬件资源成倍增长自身的力量（Nye and Owens, 1996, p. 20）。

民主和人权的促进与“资金自由流通”的世界格局是美国早已提出的公共政策。美国外交政策必须“保持自身的帝国姿态”。有一位评论员曾这样忠告：

作为全球的时代领袖，美国的角色应该类似 19 世纪的大不列颠帝国。美国的影响力应当反映美国文化的要求、美国经济的力量和其所宣扬条款的吸引力。高压政策和武力威慑则通常是第二选择。(Haass, 1994, p. 41)

然而，这种花言巧语似的民主、繁荣和人权观念却笨拙地在迎合着全球信息和传播网络被少数西方巨型公司集团化和集中化的趋势，使其成为被美国媒体批评家本·巴格迪肯 (Ben Bagdikian) 所说的“私人信息部” (Bagdikian, 1997)。媒体和电讯工业的跨国界融合——其中最显著的要属美国在线和时代华纳的结合，以及高达 1900 亿美元的英国沃达丰 (Vodafone) 公司与德国曼内斯曼 (Mannesmann) 移动电话公司之间的兼并计划，这几家大型集团公司在新的千年伊始就开始着手集中垄断媒体和电讯产业。

《时代》杂志曾刊登过一篇关于美国在线和时代华纳合并的文章，其间大肆赞扬了这种融合对于消费者的好处，认为它能够提供给消费者“所有他们想要的东西——书、电影、杂志、音乐——无论身在何处，无论通过哪种渠道，是通过电视、电脑还是手提电话甚至是其他种种无线的方法都可以飞速进入到这个市场中来” (Okrent, 2000, p. 47)。尽管如此，关于这种国际信息和娱乐网络集团对于全球媒体文化多元性的负面影响，包括破坏文化主权和刻意强调信息资源的区分，也越来越引起人们的关注。更为重要的是，这种现象将进一步加剧信息资源相对贫瘠的第三世界对信息资源丰富的北半球在经济和技术上的某种依赖性。

关于国际传播演变分析就揭示了这种统治和依赖的现象——少数国家凭借其对全球传播软硬件资源的控制造成了很多国家对它们的依赖性。为了更好地理解现代国际传播，我们必须从历史连续性的角度来看为什么有些国家走在了信息传播的前列，而其他国家信息却是如此贫乏。从 19 世纪的帝国主义到 21 世纪的“电子帝国”，强国已经统治了国际政治、军事和经济系统以及信息和传播网络。虽然运用于跨国界的信息传输技术已经由以前的电报、电话、收音机、电视发展到了移动互联网，并且也有一些地区甚至出现了运用自身话语特色的角色团体，但国际传播中最核心的