

什么是全球传播

鉴于马特拉对全球传播的全方位认识、书写的思想深度及其批判性分析的迷人魅力，本章的基本灵感来源在于：

- 我们要为本书所论述的研究领域找到一个好名字。
- 我们要识别“全球传播”的基本建构素材：流动与故事。
- 我们应提出为什么要研究全球传播这个问题。
- 我们需要分析全球传播在当代语境中的关键维度。

1



阿芒·马特拉 (Armand Mattelart, 1936—)

马特拉 1936 年生于比利时，他在鲁汶大学学习法律和政治科学，并在巴黎完成学业。1962 年，他任教于智利天主教大学，参与联合创建了“国家现实研究中心”，与阿里

尔·多尔夫曼 (Ariel Dorfman) 合著了畅销书《解读唐老鸭：迪士尼动画片里的帝国主义意识形态》(1975)，此书在美国受到了审查。在皮诺切特 (Pinochet) 发动军事政变后，他返回巴黎，开始在巴黎第八大学教书。

他的主要著作包括：《跨国公司与文化控制》(1982)；《跨国公司与第三世界：为文化而斗争》(1983)；《国际影像市场》(1984)；《世界传播地形图：战争、进步与文化》(1994)。

对全球传播而言，阿芒·马特拉教给了我们如何对全球传播中的权力和权力 - 关系问题进行批判性反思。

名字何谓？

朱丽叶告诉罗密欧，名字是一个人为制造的、毫无意义的约定：“名字何谓？我们称之为玫瑰的花儿，将其换成任何名字，闻起来都一样的芬芳。”

——威廉·莎士比亚，《罗密欧与朱丽叶》（第一幕，第二场）

确实，我们可以将玫瑰称为“牛粪”，而它的气味不会改变。我们仍然会欣赏它的美，还会把这“牛粪”插入花瓶。然而，名字可能并不像朱丽叶所说的那样无足轻重。罗密欧只需要改一下他的名字——朱丽叶认为——但是，恰恰是他们的名字从一开始就注定了这对恋人的命运。我们当中有很多人都会以人名来做某些判断——无论是好的还是坏的。父母为你选择的名字也许会困扰你一生。朱丽叶认为“名字是约定”虽然是正确的，但约定不是毫无意义的。如果外科医生要的是手术刀，得到的却是凿子，那么病人就会出现问題。

人类之间的交流之所以可能，很大程度上是因为关于如何命名事物、人以及经验，我们有约定俗成的习惯。所有科学项目中都有这么一部分内容，即对我们所调查、解释与希望理解的现象进行命名。

本书将我们的研究领域命名为“全球传播”(global communication)。相同的领域也曾被命名为“国际传播”(international communication)、“世界传播”(world communication)与“跨境传播”(transborder communication)。对于这些不同的名称，学者们都做过上佳论证。

● 国际传播。“国际”通常是指发生在国家之间的活动，比如在国际关系中。尽管有人认为国家正在走向衰弱，但我们必须承认，国家仍然是一个强大的现实存在，而且经常在促进、提升或阻碍跨境传播上是力量强大的行为体。然而，也必须意识到的是，国际舞台上越来越多地涉及国家行为体与非国家行为体之间的互动。国际政治舞台上有多数行为体。特别是自“二战”以来，我们会发现诸如政府间组织、国际非政府组织、跨国公司和国际公共服务组织等各种国际行为体。

国际传播方面的研究，常常受到民族国家这个关键概念的启发。这方面的研究已经受到世界范围内的离散社群发展的严重挑战。离散社群是指脱离国土的“想象的”共同体，它们由各种形式的移民组成，这些移民有的经常往来于母国和移入国，有的在移入国定居却对原籍国怀有强烈依恋。离散社群经常会创办媒体，创作与传播有关他们独特经历的内容。

事实上，对于国家的和国家间的传播，国际传播是一个更为合适的术语。

● 世界传播。这个术语比国际传播的意义更为宽泛。但是，它在一定程度上仍然是一个意义模糊的术语，带来的是“人类大家庭”的浪漫联想。它在非英语语言中不太容易翻译，尽管在有些语言（如法语）中可以使用“mondial”（世界）一词。

● 跨境传播。这个术语听起来别扭但实际上却精确地指出了我们所做研究的核心现象。我们将要探究的传播形式是一个跨越国境的“信息”（messages）流动的“全球本土化”（global）过程。

● 全球传播。这是当下最时髦的术语。不过，它在翻译和意涵方面也均有缺陷，好像我们已经创建了一个世界共同体。“全球”与其说是一种现实，还不如说是一种愿望。传播虽然已经全球化，但仍然保有本土性。大多数的电视和电影生产并不是全球性的，而是源于地方。“全球的”与“地方的”融为一体。我们并不是居住在全球，而是居住在某个特定地点。一个人无论多么具有全球属性，其身份依然主要是由“地方性”界定：出生地、家庭、语言、他所习惯的笑话。对于故土的依恋，那里有你所体验过的最好的“文化舒适”——这种依恋常被称为文化亲近——是一种至关重要的经历。我们既是全球公民，又是地方公民，因此，对我们的传播进行命名，最好的术语可能是“全球本土化”。这一概念把全球的（比如，一种面向全球市场的产品）与地方的（比如，当地的口味和经验）联系在了一起。

几乎无可避免的是，只要提及全球传播，人们就会想到当代最大的信息基础设施：互联网。互联网作为一种网络（network），不仅是物理概念上的，而且是心理概念上的，它以多元整体方式将全世界带到了用户家中。网络是去中心化的、水平结构的、去领土化的，但也是地方化的。我们都是从有边界的地方进行全球联系的！如阿皮亚（Appiah）所言，我们是“世界主义的爱国者”（1998：290-328）。

显然，这种表述里的“我们”并不包括世界上所有人。全球传播具有的规范性内涵是指，全球社会的存在意味着这个地球上的所有人全都参与且一视同仁。在21世纪初期，许多人仍然被排除在全球性联系之外。^①当下，传播可被视为经济、政治和社会文化等各个领域全球化进程的“中介”，它使得全球各地的人们相互联系。而且，作为一种（机制化）进程，全球传播本身同样受到这些领域全球化进程的很大影响。

① www.nua.com/survey/how-many-online/index.html

“全球传播”是不是本书中心主题关注现象的最佳描述词汇？

流 动

不管我们愿意使用什么样的形容词，但我们的兴趣核心是“传播”。然而，还会另有像传播一样的“名称”来涵盖百义。正如学习传播学的学生所知，不断扩展的文献对名称的定义提供了一张几乎没有尽头的单子。但是，我们真的必须要从定义开始吗？心理学家给心理下定义了吗？生物学家给生命下定义了吗？数学家给数字下定义了吗？

最好的方法也许始于对人类行为的观察。如果从另一个星球看，人类社会可能看起来很像是一座座蚁山：四处奔波的小动物们在搬运各种东西，从A地搬到B地，又从B地搬回A地，构成了永久性运动。一个看似毫无意义的无穷性运动状态。如果我们以“行动”（motion）作为观察的起点，那么外星人观察者很可能会同意曼纽尔·卡斯特尔斯（Manuel Castells）的观点：“我们这个社会是围绕着流动（flows）建立起来的”（1996）。

“流动”是一个有用的概念，因为它揭示了运动的多向性：线性的与环形的，自上往下的与自下往上的，人工的与自发的。

故 事

人类遍及全球所传送的信息其实是故事。故事是人类知识的主要来源，而且，正如希腊哲学家柏拉图所言：“讲故事的人在统治着社会。”我们通过故事来学习。故事提供模式和结构，以此帮助我们适应所处环境。全球传播是一个复杂的多层面进程，其中，主流故事与反主流故事在全球范围内流动。最重要的电视故事生产商是基于美国的MTV、CNN与探索频道（Discovery Channel），它们拥有亿万受众。至今还没有一部非西方电视剧，能够像《欲望都市》《老友记》或《绝望的主妇》一样风靡全球。然而，反主流故事也在发展：地方性生产、离散人群的讲述，以及新的讲故事者的出现。像优兔（YouTube）这样的新型社交网络，扩大了全球故事讲述者的社群。优兔以及所有当代“吟游诗人”（bards）的出现——从进化论的视角来看——都是人类适应复杂环境的需要。在复杂性之中生存需要网络，通过这一网络，越来越多的行为体相互交换故事。人类传播的实质是其叙事结构。我们都是“故事讲述者”，全球流动的思想、观点、评论、知识、信息、数据、声音和影像，都可以被纳入“讲故事”这个概念的大伞之下。

人类有史以来一直在广阔的地理范围中讲故事，本书第三章将讨论这个主题。

研究全球传播重要吗？

为什么要投入时间和精力来研究全球传播？为什么我们要研究跨越边境的故事流动？有关这一现象，为什么如此重要？

全球传播是基本流动

纵观整个有记载的历史，有人员的流动、货物的流动、金钱的流动与故事的流动。故事的流动值得特别注意，因为它已发展成为一种对其他流动必不可少的流动类型。如果没有大量有关机票、宾馆预定或信用卡交易的故事，人员的流动（比如，在旅游和商务旅行中）在今天是无法想象的。对于货物的流动而言也是如此，如果没有一张广泛的电子信息传输网络的话，货物的流动不可能完成。金钱的流动已成为电子数字的流水了。银行只是向其他银行、政府与客户传送关于转账和收款的信息，并不需要真的移动资金。

故事的跨境流动给世界范围的货物贸易和全球金融交易提供了必要的基础设施支撑。当今时代，如果没有全球传播，那么，世界范围的人员、货物与金钱流动是无法想象的。

全球传播的内容是给世界上无数人提供新闻、广告和娱乐。新闻提供者、广告商和娱乐公司所生产的故事，非常有助于人们形成对他人、对自己所生活的世界的解释框架和看法。

人们在生活中总是有着对遥远地方的他者的想象。通常情况下，这些想象是现实的扭曲反映。匈奴王阿提拉（Atilla the Hun）已经意识到了形象的至关重要性。作为技艺娴熟的现代宣传家的先驱，阿提拉广为传播高度夸张的故事，这些故事讲的是在5世纪的欧洲，他的军队在历次战役中显现出了超自然力量。

我们是通过别人讲给我们的故事来感知这个世界的！正如亚莉克莎·罗伯特森（Alexa Robertson）所言，“通过讲故事，我们在政治和文化领域里的状态，以及他者的状态，都在被开启、被保留、被协商和被改变，以适应新环境”（Robertson, 2012: 2）。肯尼思·博尔丁（Kenneth Boulding）的说法则是，“是我们观念中的世界，而非真实的世界，在决定着我们的行为”（Boulding, 1959: 120）。国际政治舞台上演的剧目，在很大程度上有赖于各国及其代表出于外交、宣传、公关或兜售战争的目的而相互讲述的故事。今天，全球传播是我们感知世界以及我们对世界确立归属感的重要来源。

- 全球传播在全球经济中扮演着重要角色。

正如我将在第4章要讨论的这一点，生产基础设施的行业、提供连接性服务的行业和生产内容的行业，都促进了全球传播。

- 全球传播对全球政治至关重要。

政治给全球传播的相关性提供了一个重要论据，因为故事的流动构成了话语权。我将在第 9 章详细讨论这一点。

5 ● 军事行动依赖全球传播。

在世界范围内，军事行动已经变得依赖于命令、控制和情报系统，无人机（“大黄蜂”）的使用以及可能发生的网络战争，所有这些都显示出全球传播的重要性。这一点，我将在第 11 章讨论。

● 全球传播是文化表达的载体。

全球传播在全球范围内发布文化标识，对于文化混合的发展很关键，而且，也是地方抵御外国文化压迫的重要理由。这些问题将在第 11 章专门谈论。

传播全球化

全球媒介系统出现在 18 世纪末期和 19 世纪早期，随着全球电报、无线连接设施和全球新闻扩散（通过路透社、哈瓦斯社与沃尔夫社）的早期发展而成为现实。这些先驱者不太受帝国（尤其是英国、法国、德国）利益驱动，而主要是受商业和贸易利益驱动。全球传播的扩张经常被认为是帝国主义国家控制传播基础设施的争斗史。然而，温德克与派克（Winseck and Pike, 2007）证明——有着非常多的经验证据——在传播基础设施上行动积极的公司，并不是像人们认为的那样紧密地从属于国家政府。并且，“构成 19 世纪末期和 20 世纪早期全球媒介系统的相互联系和相互依赖之网，也可以看作政府愿意依靠外国公司以满足其对外传播和军事安全利益”。此外，“资本主义全球化对全球传播的组织和控制，在实际上具有比帝国主义更强的影响力”（Winseck and Pike, 2007: 16）。在这一语境下，大家做出了一个有趣的观察结论，即“帝国（英国）的大部分地区是地球上对外联系最少、服务最差的地方”。同时，“简而言之，传播网络和信息流动在世界上市场最发达的地区才会最密集。就此而言，全球媒介系统在两个方面很关键：第一，适时运行的媒体公司；第二，这些公司提供传播网络和供应资本主义赖以存在和繁荣的信息与新闻资源”（Winseck and Pike, 2007: 17）。帝国之间当然存在竞争，但更大程度上是合作。它们拥有“共享霸权”（shared hegemony），这表现为国际法律协议，比如，在邮政和电报领域就有相应的协议。

6 在 19 世纪中叶，许多报纸常规性发布世界新闻，这些新闻来自于跨国新闻通讯社，比如路透社、哈瓦斯社和沃尔夫社。在 20 世纪上半叶，各国政府发现了国际宣传的潜能，伴随好莱坞电影的出口，电影产业成为了国际媒介。录音唱片业也开始走向了全球化的早期之路。

电视卫星在 20 世纪 70 年代末期的出现，打破了广播空间的国家主权原则，也使国家对来自领土以外的电视传播进行有效抵御变得很难并最终不可能。驱动力主要是经

济层面上的：多数国家大量进口节目的需要，商业 / 利润动机，以及广告业。产品市场面向全球，广告也走出了国门。特别容易全球化（即被卖到外国市场）的媒介产品是新闻、电影、唱片和电视连续剧。

在媒介全球化进程中，电视节目仍然可能是最具影响力的媒介产品，部分原因与电影一样，其视觉特征有助于跨越语言障碍进行传播。然而，同样重要的事实是，电视节目的主要组织形式和传播手段，使其不容易被限定在国境以内或者说被拒于国境以外。（麦奎尔 [McQuail]，2010：217）

“探索频道”即是传播全球化的一个案例。



探索频道

全球媒体企业探索公司拥有在 170 个国家开办的电视频道网络，以及越来越多的面向世界的电视和媒体观众、经由互联网与移动电话进行传播的数字媒体节目。

1982 年，约翰·亨德里克斯（John Hendricks），探索频道的创办者，开始向潜在投资者推销创办一个纪录片电视频道的方案。在纽约艾伦公司（Allen & Co., New York）同意提供 300 万美元启动资金以前，亨德里克斯一共跟 211 名风险资本家谈过此事。

20 世纪 80 年代，探索频道美国公司开始盈利并开始寻求新的国际市场。历经 20 世纪 90 年代和 21 世纪初期，探索公司拓展到了欧洲、拉美和亚洲。

尽管探索公司在全球层面的电视频道构成了其媒介内容的传播支柱，但在 21 世纪初期，公司还是付出了更多努力在互联网和移动电话的数字环境下定位自身。

品牌化和市场化在探索频道的美国发展中居功至伟，而且在其品牌全球化的战略中始终具有重要作用。

探索频道虽然是一个事实性信息的全球重要供应商，但其节目对真实世界的描述却有着清晰的焦点。这里面也包括“政府友好型”的观念，以及在许多节目里对真实世界的批判性描述具有一定程度的克制。然而，这赋予了全球性的电视频道一种重要能力，即能够无障碍地跨越文化、政治和宗教界限。以奇观类节目为代表的探索频道也有娱乐节目。这表明——在同一个水平上——“很多种文化的精华部分有望集合成为一种真正的全球文化”，在世界范围内寻求各种形式和环境下的奇观，即使只是在真实世界里的特定范围内。这些主题和故事成为电视节目的构成部分，或者被编排到探索频道全球传

播的系列节目中。

这把我们带到了探索频道及其观众面前。探索频道努力将分散在 170 个国家的观众整合为全球观众。

探索频道竭力通过事实性电视节目的形式来吸引地方观众和全球观众。

——选自奥雷·莫斯 (Ole J. Mos, 2010), 《媒介全球化与探索频道》, 伦敦: 劳特里奇出版社。

当今时代, 没有真正的全球媒体; 只有各种基于国家背景的混合形式。也许会有全球性联系, 但其做法由国家标准、目标和期望所决定。

杰里米·滕斯托尔 (Jeremy Tunstall, 2008) 在《媒体是美国的》一书中说, 世界上大多数人并不讲英语, 大多数人更喜欢他们自己的笑话、音乐、政治与体育运动。在人口大国, 全国性的和地方性的媒体正日益重要起来。国际性媒介产品正在地方化。美国主要的电影公司正在更多地使用欧洲、亚洲和拉美的当地生产设施。哥伦比亚三星电影集团公司、华纳兄弟和迪士尼已经建立了国际电视附属机构进行合作生产英语片, 以及有针对性的面向某个具体国家的节目。索尼公司已经在德国、法国、英国和中国香港资助拍摄方言电影, 以及用 8 种语言制作电视节目。星空卫视 (STAR TV) 属于传媒大亨鲁伯特·默多克 (Rupert Murdoch) 的新闻集团, 积极采取本地化策略, 提供地方化频道, 包括: 星空中文频道 (面向中国台湾) 和星空日本频道。

世界经济的相互依赖越来越多, 但在媒介领域中却没有。大家可以观察到媒介区域化 (尤其是在拉美和阿拉伯国家), 而这不同于媒介全球化。

尽管在传播领域具有全球化趋势, 但“国家的” (national) 媒体依然重要 (Tunstall, 2008: 450)。媒体的国家要素在有些国家仍然占据主导地位, 这些国家拥有 90% 的世界人口。观众在当下更喜欢看他们自己国家的新闻、天气、体育、喜剧、肥皂剧、游戏、真人秀以及其他廉价的事实性节目。总体而言, 观众、制片人与政客们都认为具备国家要素的内容更受青睐。例如, 在亚洲地区, 我们会发现韩国的电视剧、中

8 国的流行音乐和日本的漫画。

大部分媒体报道的主要是本土新闻而不是全球新闻。世界上依然存在着南北国家之间的新闻鸿沟。在全球化时代, 人们可能以为全球新闻会增加。然而, 情况并非如此! 全球新闻的地方化改编才是最重要的, 经过改编的全球性事件就这样成为地方性故事了。

在世界范围内, 无论是新闻还是娱乐, 民族主义依然是一个关键因素。在全球传播的时代, 仍然需要考虑到民族国家这个力量。民族国家所采用的方式包括进口限制、配额规则、在黄金时段播出本国产品。

与全球传播相关的是, 全球化既是同质化, 也是全球本土化或杂文化进程的构成要素, 以及各种形式的碎片化和极化的推动者, 而碎片化和极化都属于异质化。(这些

观念将在第 11 章从全球传播的文化维度出发做进一步讨论。) 跨国频道激增的一个原因是, 携带原有文化要素的人们在进行物理迁移。对于移民的生活而言, 身份问题是核心问题, 他们的生活经常是“在文化之间穿行”(巴巴 [Bhabha], 1994)。正如马丁·巴贝罗 (Martin Barbero) 所指出的, 文化混合的本质是能够导致文化“杂交”(Barbero, 1988)。例如, 洛杉矶的伊朗有线电视台, 不得不在提供保留传统伊斯兰生活方式的节目和展示美国当地消费主义生活方式的节目之间, 小心翼翼地踩线行进。新传播技术让许多发展中国家的广播电视公司成功出口媒介产品成为可能。1990 年, 土耳其广播电视公司 (Turkish Radio and Television Corporation, TRT) 成立了土耳其广播电视公司国际频道 (TRT-INT), 通过欧洲电信卫星公司向西欧讲土耳其语的人口播送节目, 主要针对在德国的 200 多万土耳其人。现在有了许多新的民族性的和区域性的故事讲述者, 像中东的半岛电视台、巴西的电视剧产业、墨西哥广电集团 (Televisa) 或印度宝莱坞电影业。

研究全球传播时最令人困惑的一个问题是: 全球传播真的使世界变小了吗? 真的创造了一个马歇尔·麦克卢汉 (Marshall McLuhan) 所说的“地球村”吗? 或者, 像福特纳 (Fortner) 所说“然而, 穿越远距离的传播并不能再生产标志着乡村生活的亲密感”(Fortner, 1993: 24)。福特纳指出, 一个更好的概念或许是“全球大都市”(global metropolis)。大都市的特征是, 大多数人互不相识, 信息流高度不平等。

全球传播的情境

- 跨地方化
 - 全球化: 历史
 - 全球化: 分析工具
 - 全球化: 政治节目
- 城市化
- 制度化
- 不平等
- 全球风险

全球传播不会在真空环境下发生。本章提到的流动和网络, 以及作为内容的故事, 都是真实世界的一部分。大家的生活栖息地是地球, 地球的进化会影响到自由个体和制度化居民。

全球传播的研究需要把握情境。这意味着我们需要去理解真实世界的环境。为了有助于我们理解, 需要能聚合当下最明显特征的概念框架。这个概念框架的关键要素可能是全球化进程、城市化、民族国家主义、制度化、大规模不平等和全球范围的风险激增。

跨地方化

全球传播发生在通常被描述为“全球化”的背景之下。如果没有“全球化”这个术语作为参考，那么要讨论当前的社会发展几乎是不可能的。在20世纪最后10年，“全球化”成为一个时髦术语。“全球化”是一个流行的、非常时髦的却又争议颇多的概念。“全球化”很少被人理解，一些人甚至认为，这一概念根本没有意义，或者说，只是给旧现象冠新名而已。最后这种看法提示我们，不能放任对历史的健忘。在我们认为发展进程中有些是新时代的独特现象之时，其实它们也许已经出现在此前的历史演变过程中。在马歇尔·麦克卢汉提出“世界是个地球村”时，他实际上不仅激活了泰哈德·查尔丁（Teilhard de Chardin）的思想（“宇宙是一个整体”），而且复兴了“基督教关于人类大家庭的古老神话”（Mattelart, 2010: 315）。

“全球化”这一术语首次被提及大概是在1970年意大利左翼激进杂志《无产者》（*Sinistra Proletaria*），当时该杂志讨论了资本帝国主义的“全球化”（mondialization），并以计算机生产商IBM作为案例。^①直到20世纪80年代，这个概念才流行起来。《牛津新词词典》1991年将“global”（全球的）作为新词收录。

以简单方式描述“X”在全球范围扩散的进程时，“全球化”看起来是一个有用的词汇。“X”可以是任何事物，例如：商品、文物、宗教思想或时尚潮流。说到这里，第一个问题来了：全球化进程始于何时？

全球化：历史

全球化的古老的阶段始于智人（*Homo Sapiens*）走出非洲（在50 000年至100 000年以前），成熟于公元前500年至公元1500年之间。在成熟阶段，连接亚洲和地中海以及部分非洲地区的丝绸之路开通（在公元前200年至公元200年之间），中国的“四大发明”（指南针、火药、造纸术和印刷术）传到西方，阿拉伯国家的数学知识也输出到国外。在公元1500年至1800年之间，重商主义的、殖民主义的全球化形式伴随16世纪的探险活动而出现，这些活动开发和剥削那些遥远的国家，并把外国的历史和宗教强加到当地人身上。在工业革命（发明了汽船和电）之后，一种现代形式的资本主义的全球化在18世纪和19世纪早期出现。19世纪的全球化是一个有着巨大社会影响的进程。正如温德克与派克所述：“19世纪末和20世纪初的全球化，不是浅尝辄止和稍纵即逝，而是影响深刻和战线持久。世界范围内电缆和电报系统的增长，与铁路和汽船的

① 讨论“全球化”的这篇文章题目为《资本主义社会的全球化进程》，文章将IBM公司描述为一个“自成一统的组织，其一切活动以营利为目的，且谋求把生产过程中的一切活动‘全球化’”。理由是IBM在14个国家从事生产并在109个国家销售，它“内含着资本帝国主义的全球化”（mondializzazione）。——译者注

发展，并驾齐驱，克服了部分地理障碍，让跨越大洲的商业活动更为便利。”（Winseck and Pike, 2007: 1）

“二战”之后，全球传播的速度和范围急速提升。这一波公司全球化的重要因素是通过全球竞争而实现的资本流动和市场巩固。这个阶段的特点是工业化国家和非工业化国家、中心国家和边缘国家的全球两极分化，中心国家对边缘国家通过萨米尔·阿明（Samir Amin）所说的5个垄断途径进行控制，即技术、金融、资源、武器和传播（Amin, 2000: 602）。20世纪末，全球化进程的范围进一步扩大，这源于技术创新和机构创制，这些机构（例如，世界贸易组织）旨在促进公司的全球扩张。

20世纪全球化发展的两个重要特征是相互依赖（例如，在气候和健康领域）与“现代性”扩散：政治上，议会民主的理念走向了全球；经济上，自由市场经济颇受欢迎；文化上，生活方式、时尚款式、流行音乐和快餐成为全球化象征。

全球化：分析工具

全球化这一概念用来描述和解释当代社会过程。在其运用中，这个概念既有支持论者，也有怀疑论者。

- 支持论者认为，自20世纪80年代起，世界上越来越多的人生活在自由市场经济之中或者受其间接影响。全球范围内越来越多的人被纳入全球资本主义经济之中。

11

怀疑论者认为，这只是表面上的真实，事实上，“全球经济”只是世界上少数富有国家的经济，尤其是世界经济合作与发展组织的那些国家。他们指出，如果地球村由100名居民组成，那么有6名居民是美国人。而这6名居民却拥有整个地球村的一半收入，其余94名居民只能依靠另一半收入生存。

- 支持论者认为，今天的全球贸易超过以往。

航空运输和船运的成本普遍下降有利于跨境贸易扩张。在此进程中，不仅贸易量剧增，其特征也发生了相当大的变化。公司在全球销售中承受着巨大压力（例如，要树立全球品牌，在全球做广告），也因此强化了市场的全球化。

怀疑论者反对这种说法，认为世界贸易的大部分并不是全球性的，而是区域性的。而且，自20世纪以来，工业化国家之间的国际贸易量并没有显著增加。实际上，一些怀疑者甚至以贸易数字证明了19世纪的世界经济远比今天所谓全球经济的国际化程度更高。

- 支持论者指出，全球金融市场的增长是全球化的表征之一，这一增长始于20世纪70年代，当时的离岸金融市场急剧扩大，主权国家管辖之外的大量资本在全球流动。他们的结论是，今天的全球金融流动史无前例。怀疑论者承认这是事实，但是，这些流动资本主要指的是短期投机性资本而不是生产性资本。在生产性资本的投资方面，金融流动依然非常有限，而且，迅速流动的资本给第三世界的经济造成了严重风险。

● 支持论者的另一个论据是，人口的全球流动在增加：在全球范围内，不仅难民越来越多，而且从事劳动的移民也越来越多。但是，怀疑论者的结论是大多数人待业家中，大多数难民待在划定区域，大多数劳动也不具有流动性。

● 对支持论者而言，全球化作为一个社会进程，指的是全球意识的强化。然而，怀疑论者认为，表面上好像有一个 CNN 式的全球化，但是，整个世界与其说是一个地球村，还不如说是许多地方性村子的集合体。人们也许熟知美国总统甚于自己的邻居，但最终会在自己部族的地方性利益上选边站队。尽管更多的人相较以往也许更加具有世界性（cosmopolitan），但还是没有形成能够集体共享的全球意识。

支持论者认为，日益增加的经济相互依赖导致了社会相互依赖。怀疑论者认为，这一命题缺乏实证，也许有些证据能够表明存在全球团结一致，但是，有同等数量的甚至更多的证据表明，世界上的人们并没有觉得自己是全球大家庭的一分子。然而，支持论者总是强调，当下的社会进程将不可避免地导致全球一体化；怀疑论者认为，推动这些进程的同一力量，既会导致一体化，也会导致崩溃瓦解。

因此，支持论者和怀疑论者在全球化作为分析工具的适用性上存在分歧。而且，他们在当代社会进程的驱动力是否主要是技术进步上也存在意见分歧。

支持论者将全球化视为当代运输和通信技术发展的必然结果。怀疑论者认为基于技术决定论的解释过于局限。毫无疑问，技术具有能动作用，但关键变量取决于公共机构和私人机构。与此相关的，是关于民族国家作用的严重分歧：支持论者认为，民族国家已丧失其统治力量。

由跨境金融流动、离岸电子市场和世界范围的文化产品市场共同推动的经济过程，影响了单个国家的决策力量。怀疑论者认为，这虽然是事实，但程度很有限。重要跨国公司的金融实力和政治力量确定无疑地有所提升。其中，有些公司的营收甚至超过某些重要工业国家的国内生产总值。然而，怀疑论者发现，政府无用论被过于夸大了。如果没有国家补贴（例如，雷诺公司和麦道飞机公司），或者，没有国家出于国防需要向公司进行采购（例如，通用电气、波音和 IBM），或者，国家出于一般需要向公司采购（例如，西门子公司和阿尔卡特公司），那么，许多大公司无法生存。而且，对大公司的高效运作而言，执法机构的作用至关重要。主权国家不让跨国公司创制真正的超国家管理机构，控制其限制性商务活动。跨国公司需要民族国家的政府保证其安全的投资环境，通过外交谈判帮助其创造市场机会，或者通过外交力量提升自己“国家的”公司贸易。它们也能从具有支持性质的国家规定中受益，这些规定关乎技术标准、专利和商标保护，或者兼并与合并。

按照怀疑论者的分析，是强大的政府自愿放权让私人进入市场。国家在医疗保健、社会服务和教育质量等方面，仍然是决定性的。国家的后退通常是局部性质的，是在选择好的社会领域，比如，国家权力会在社会服务方面后退，但不是从对知识产权持有的

干预权力方面后退。怀疑论者也许并不否认国家作用在弱化，但他们却认为这并不是一个不可避免的进程。

将世界描述为“地球村”对我们的理解有帮助吗？如何为这个观念辩护？
又如何反驳这个观念？

13

全球化：政治纲领

作为政治纲领，全球化代表一种政治议程，有支持者，也有批评者。支持者声称全球化创造了世界范围内的开放和竞争性市场，促进了世界的繁荣。支持者将其作为政治纲领的重要理由是，全球自由市场会带来更多的就业、更优质的商品和服务、更低的消费者价格。对批评者而言，全球化议程是一个新自由政治纲领，主要是促进世界上最强大的竞争者的利益。在批评者的分析结果中，大量的农民、工人、移民、青年和妇女都会受到经济全球化的非常消极的影响。

全球化的支持者把全球化进程视为势不可当，并最终会有益于世界。全球化将会让世界人民的日子更好过。批评者对此并不认可，他们说如果真有全球化，那也是贫穷的全球化。在全球化纲领的文化维度上，支持者和批评者也存在意见分歧。支持者辩护说全球化促进了文化差异，而批评者认为这只是老派文化帝国主义的新伪装形式。

在这里，支持者和批评者有一点是相同的，即全球图景的构成是以同质化的全球趋势、异质化的地方发展以及有时被称为“全球本土化”杂交的形式。世界范围内激增的标准化食物、服装、音乐和电视剧，以及盎格鲁—撒克逊式的商业风格和语言习俗，给人造成的印象是史无前例的文化同质化。然而，尽管世界已经“麦当劳化”，仍然还有特征明显的文化实体的强力存在，在这些实体中，各种形式的种族间冲突有很多引人注目的例证。毫无疑问，文化接触和超越国界的文化运动都在增加，但是，这并没创造一种全球文化。与消费者生活方式同质化并行不悖的是地方文化差异总是存在。尽管当下的全球化意味着一体化、相互依赖与同质化，但是，在人们的生活中，地方性和民族性依然扮演着重要角色。

全球化通常被描述为从西方走向世界。在黑格尔哲学思想的鼓舞下，即“西方是理性思想的来源”，西方思想、政治结构和文化生活方式蔚为壮观地流向世界其他地方。然而，这种欧美中心论正日益遭遇新兴经济体“金砖国家”的竞争，也受到打破传统二元对立模式的提议（主要来自于亚洲国家）的挑战，传统模式凸显了现代与非现代之间的分野，或者在现代研究中去西方化（Wang, 2011）。

既然全球传播的进程常常是深深嵌入地方因素，那么，理解世界的行为本身最好称为“跨地方化”（trans-localization）。

你的世界主义想法到底有多强？在定义你的身份时，你的家乡有多重要？

城 市 化

在 21 世纪，人类在历史上将首次成为“城市物种”。2009 年，全球有一半人口居住在城市，在不远的将来，这个数字将会是大约 70%。“按照目前的推测，在未来 30 年中，世界上全部的人口增长几乎都会集中在城市”（联合国人居署 [UN Habitat], 2011: ix）。城市这个居所，是人们必须找到共同生活的方法的地方，是应对各种冲突的场所。在发展中世界，拉丁美洲是城市化程度最高的地方，全部人口的 77%——4.33 亿人——居住在城市。拉美的城市化还没有达到顶峰：至 2015 年，其人口的 81% 有望居住在城市。同样，亚洲和非洲也是城市化集中的地区。至 2030 年，仅亚洲地区的城市人口就将占世界城市人口的一半以上，而非洲地区的城市人口数量将比欧洲国家的人口总和还多。

全球性城市成为了世界金融、时尚、艺术和媒体传播的中心。它们是全球经济活动的重要枢纽和当前全球化进程的关键行为体。2008 年 1 月 28 日的《时代》杂志封面报道，写的是三座相互联系的城市（纽约、伦敦和中国香港，题目巧妙地将三座城市的名字浓缩为“Nylon Kong”）如何驱动全球经济。它们共同的经济能量创造了一个强大的网络，既能展示全球化，也能解释全球化。它们不仅是资本中心和高级金融中心，也是文化中心。文化生产与消费已成为世界大城市经济的重要因素，大城市都在引进新方式将城市空间用于公共文化表演。一系列文化功能在大城市合而为一，例如观看、旅游、表演和销售。大城市也已成为各种服务的重要场所，例如法律援助、市场营销、广告与建筑设计（撒森 [Sassen], 2001）。

这个世界从未有过如此众多的城市，在亚非拉地区，也从未有过被卫星城包围的超过 2000 万人口的大城市。许多大城市，它的人口比有些国家的人口还多。例如，大孟买（Greater Mumbai，很快就是超大城市）的人口超过挪威和瑞典两个国家的人口总和。

世界上的城市生活的质量和可持续性将很大程度上依赖城市居民彼此间的共存方式。对致力于提升城市居民社会互动的任何努力而言，城市结构和公共空间的管理方式显然是非常重要的。除了物理环境的管理之外，经济和社会文化因素也会促进或妨碍城市居民的社会互动。

理解这个世界需要我们理解城市人口如何能够应对……城市的异质性特征。

异质性：城市是混杂之所，差异共存之地。对许多人而言，应对异质性带来的持久性挑战（福柯 [Foucault], 2003）是极其困难的事情。

速度：城市的特征是极快速度的移动和互动。社会互动需要时间。对大多

数城市居民来说，这意味着他们必须学会慢下来的艺术。

漫不经心：大量的市民互动都是不经意的。奔跑时不必看到别人的面孔，夜间路过陌生人时，不觉得对他人有什么责任；开车快速沿着城市道路行驶时，广播节目里的信息是：我不在乎你，请你不要在乎我！

城市生活而非乡村生活的特征是，看到有人被殴打和驱逐，许多旁观者并不介入。他们甚至会抱怨有旁观者挡住了其视线。

如果你生来就居住在城市：你能很好应对来自异质性、速度和漫不经心的挑战吗？

制 度 化

像所有其他生物物种一样，人类对复杂问题会寻求充分适应的答案（为了生存和繁衍）。这些问题源自人类的生命体验，例如，成长和学习的愿望，交流的需要或对疼痛、痛苦和死亡的关切。在寻求充分适应的答案时，发展出来了各种制度。人类与其他物种的关键区别之一，就是能够“制度化”满足人类的基本需要。即使人类最亲近的物种，比如黑猩猩或矮黑猩猩都不能设计满足食物需要的大型农业公司或大型肉食加工机构！而人类在其他领域，包括教育、医疗保健和公共传播都制度化了。

制度化是一个社会过程，把人类的需要、思想、价值观和欲望嵌入组织，加辅以目标、结构、整套规则和评价程序。目前占主导地位的制度类型是“交付”（delivery）制度。“交付”制度囊括了所有组织，这些组织将满足人类需要转化成以专业化产品和服务而进行的商品“交付”。“交付”制度的特征是将产品商业化，进而配送商品和服务，其竞争极其激烈，且由专业人士运营。其带来的挑战是这些功能是否能够让人类的制度满足人类的需要。

16

不 平 等

当今世界的一个标准特征是不平等，人们在资源获取、经验认识和权力分配上的不平等。资源不平等的观察例证是，全世界最富有的6亿人的收入是全世界最贫穷的6亿人收入的60倍；另一个例证是，有12亿人喝不到安全的饮用水。从世界范围来看，人的尊严受到尊重的情况非常不平等，这表现在对待妇女、同性恋男人或女人、残疾人、老年人和黑人的方式上。

不管在威权国家，还是在民主国家，决策权的分布都非常不平等。在全球范围内的

工作和家庭中也是如此。全球传播的功能深植于层级森严且不平等的权力关系中，而且嵌入到剥夺了很多人的基本传播权利的结构关系中，这种关系创造出了对权力滥用保持克制和沉默的文化。

如果世界上收入、财富和权力的分配更为平等，那么全球传播的含义是什么？

全球性风险

乌尔里希·贝克（Ulrich Beck）创造了“风险社会”的概念。全球传播的背景中有一个重要维度是我们生活在全球风险社会之中。人类安全的危险来自于战争（核战争、生物战争和化学战争）、恐怖主义、有组织犯罪、环境变化（日益增多的紫外线辐射、气温上升、热带雨林的消失、饮用水匮乏、荒漠化、化石燃料枯竭、生物多样性减少）、食物中的致癌成分、有毒物质（酸雨、来自杀虫剂或除臭剂的化学成分）造成的污染、自然灾害（小行星、彗星、火山或龙卷风）、基因实验。全球传播的许多方面都提升了这些风险。

一个在全球范围内传播的仇恨演讲，就能掀起人们在民族、种族和宗教方面的暴力。一段广告语就能说服人们沉溺于消费热潮之中，从而持续给地球带来危险的负担。大众媒体的新闻报道很少能够帮助人们理解他们所生活的世界，因为报道议题的框架只

17 服务于少数政治和经济精英的利益。

而且，信息传播技术的发展给侵入人们的私生活提供了前所未有的便利条件，同时创造了异常脆弱的社会。除此之外，在机器人、人工智能、纳米技术和生物医学技术等方面也有综合性创新，使得人类——盲目地——奔向一个再也不需要人类的未来。这些发展还使得网络空间的新型全球战争成为可能。

在接下来的章节中，我将从不同维度对全球传播展开论述。重要的是，要牢记全球传播的背景特征，进而考察全球传播在跨地方化、城市化、制度化、不平等与全球风险的背景下面临的挑战。



焦点阅读

全球化

Amin, S. (1976). *Un-Equal Development*. New York: The Monthly Review Press.

在这篇引发争议的论文中，阿明分析了先进资本主义国家如何加强了穷国对富国的依赖关系以及富国对穷国的支配关系。

Duchrow, U. and Hinkelammert, F. J. (2004). *Property for People, Not for Profit: Alternatives to the Global Tyranny of Capital*. London: Zed Books.

此书选取了资本主义全球化的核心议题：所有权。书中对新自由主义的所有权概念做了批评分析，讨论了这个概念如何导致了世界范围的贫穷和破坏。

Giddens, A. (1990). *The Consequences of Modernity*. Cambridge: Polity Press.

在这个重要的理论命题上，作者对与现代性相关的制度转型提供了一个新的、引发争议的解释。什么是现代性？作者认为，“一般来说，现代性指的是社会生活或组织的模式，它们出现在大约 17 世纪之前的欧洲，后来或多或少地在世界范围内产生了影响”。

Gray, J. (1998). *False Dawn: The Delusions of Global Capitalism*. London: Granta Books.

作者认为，全球自由市场是人为建构起来的，并没有带来世界性的普遍繁荣，反而带来了混乱的问题。本书还批判性分析了启蒙运动中的理性信仰，这是正在崩溃的自由放任资本主义的一个主要原因。

18

Greider, W. (1997). *One World, Ready or Not: The Manic Logic of Global Capitalism*. New York: Touchstone.

全球经济使积聚巨额财富成为可能的同时，摧毁了世界普通人民的生活，该书对全球经济做了具有质疑性的深刻分析。

全球传播

Fortner, R.S. (1993). *International Communication. History, Conflict and Control of the Global Metropolis*. Belmont: Wadsworth Publishing Company.

此书对如何理解全球传播做出了全方位介绍：介绍了国际大众媒体的历史，讨论了其政治的、经济的、法律的和文化的维度。最后一章论述了国际传播制度的未来。

Golan, G.J., Johnson, Th. J., and Wanta, W. (eds) (2010). *International Media Communication in a Global Age*. London, Routledge.

这是一个概述全球传播最新研究的读本。其理论洞察力值得关注。本书主要关注新闻、公共关系、广告和媒体所有权。

Kamalopour, Y.R. (2007). *Global Communication* (2nd edition). Belmont, CA: Thomson/Wadsworth.

此书在全球传播的历史、理论、经济和政治方面都提供了丰富文献。在有关互联网、国家发展、文化、宣传和广告方面具有深刻洞见。

Mattelart, A. (1994). *Mapping World Communication: War, Progress, Culture*. Minneapolis, MN: University of Minnesota Press.

此书引用文献范围广泛，分析了全球传播的历史、技术和理论。他描述的图景引导读者注意传播如何服务于发动战争、推动进步，以及作为文化的传播。

Thussu, D.K. (2000/2006) . *International Communication: Continuity and Change*. London: Hodder Arnold.

这是给媒体和文化研究专业的学生的一本教科书。该书考察了全球传播领域的重要变革。作者分析了媒体和电信企业的扩张, 及其对世界受众的影响。案例研究贯穿该书始终。

Thussu, D.K. (ed.) (2010) . *International Communication: A Reader* London: Routledge.

这是一个在全球传播领域提供了重要学术文本(过去的和较新的)和政策文献的综合读本。参

19 考文献中有相关网站的链接和全球传播发展年表。

网络资源

本书的配套网站链接是 <https://study.sagepub.com/hamelink>, 在这里能够看到作者对本章主题的讨论: 全球传播——一个研究领域。

访问 <https://study.sagepub.com/hamelink> 可以免费下载以下论文:

Biltreyst, D. and Meers, Ph. (2000) . The international telenovela debate and the contra-flow argument: a reappraisal. *Media, Culture & Society*, 22 (4): 393-413.

Boyd-Barret, O. (2006) . Cyberspace, globalization and empire. *Global Media and Communication*, 12 (3): 21-41.

Chalaby, J.K. (2005) . From internationalization to transnationalization. *Global Media and Communication*, 1 (1): 28-33.

Mattelart, A. (1992) . An archaeology of the global era: constructing a belief. *Media, Culture & Society*, 24 (5): 591-612.

Sparks, C. (2007) . What's wrong with globalization? *Global Media and Communication*, 3 (2): 133-155.

Sreberny, A. (2005) . Contradictions of the globalizing moment. *Global Media and Communication*, 1 (1): 11-15.

延伸阅读

Albrow, M. and King, E. (eds) (1990) . *Globalization, knowledge and Society*. London: Sage.

Appiah, K. A. (2006) . *Cosmopolitanism. Ethics in a World of Strangers*. New York: W.W. Northon & Co.

Beck, U. (2006) . *The Cosmopolitanism Version*. Cambridge: Polity Press.

Benhabib, S. (2006) . *Another Cosmopolitanism*. Oxford: Oxford University Press.

- Featherstone, M. (ed.) (1990) . *Global Culture: Nationalism, Globalization and Modernity*. London: Sage.
- Fisher, G. (1979) . *American Communication in a Global Society*. Norwood, NJ: Ablex Publishing.
- Frederick, H.H. (1993) . *Global Communication and International Relations*. Belmont, CA: Wadsworth.
- Hamelink, C.J. (1994) . *World Communication: Disempowerment and Self-Empowerment*. London: Zed Books.
- Herman, E. and McChesney, R. (1997) . *The Global Media: The News Missionaries of Global Capitalism*. London: Cassell.
- Kaplinksky, R. (2005) . *Globalization, Poverty and Inequality*. Cambridge: Polity Press.
- Kofman, E. and Youngs, G. (eds) (1996) . *Globalization Theory and Practice*. London: Sage.
- McPhail, Th.L. (2002) . *Global Communication: Theories, Stakeholders, and Trends*. Boston: MA: Allyn & Bacon.
- Mowlana, H. (1997) . *Global Information and World Communication*. London: Sage.
- Murphy, B. (1983) . *The World Wired Up*. London: Comedia Publishing.
- Nordenstreng, K. and Schiller, H.I. (1993) . *Beyond National Sovereignty: International Communication in 1990s*. Northwood, NJ: Ablex Publishing.
- Schiller, H.I. (1982) . *Who Knows: Information in the Age of the Fortune 500*. Northwood, NJ: Ablex Publishing.
- Schulte, J. A. (2000) . *Globalization: A Critical Introduction*. New York: Palgrave.
- Thomson, J. (1998) . Will globalization be good for Americans? *Futures Research Quarterly*, 14 (3): 5-18.
- Tunstall J. and Palmer, M. (1991) . *Media Moguls*. London: Routledge.

20



课外研究

城市化的发展对全球传播意味着什么?

利用像《联合国人居署报告》一类的资源, 收集世界范围内城市化发展的数据。

写一篇文章充分讨论城市化进程可能如何影响全球传播: 全球传播的参与者、传播内容及其对全球受众的影响。

关于这个问题, 你想采访专家吗? 如何选择专家? 如何找到他们? 你想问什么问题?

21