

Global Media Journal

全球传媒学刊 (XVII)

《全球传媒学刊》编辑部

主 编： 郭镇之

副 主 编： 周庆安 卢嘉

编 辑 部 主 任： 曹书乐

编 辑： 戴佳 李红霞

主编的话

《全球传媒学刊》电子版第17期（2014年春）又面世了。这一期的内容发表论文两篇，主题分别是关于大众文化的传播研究和新闻传播思想史中关于传播与安全关系的研究。此外，本期还创设了一个新的栏目——“清新师生园地”，精选研究生和博士生的课业成果进行发表，同时加上教师的点评，以期促进学术交流与观点争鸣。

不久前，韩国教授姜明求研究团队发表的关于“中国电视观众消费外国电视剧偏好”的研究成果再次引起争议。韩国《朝鲜日报》3月19日刊登题为“亚洲星星迷正名行动”的整版广告，以中韩两种文字要求首尔大学姜教授为前一年发表在学术杂志《放送文化研究》上的论文中关于“低学历、低收入观众喜欢看韩剧”的言论道歉。虽然这很可能是为其后金秀贤做客的一档中国电视台娱乐节目造势，但的确引起了一阵舆论旋风。本期学刊获得姜教授同意，在“大众文化传播”栏目中全文刊载这篇研究中国观众消费倾向的论文，一方面认为这个题目本身很有意思；另一方面，也是希望表达这样一种观点：尽管研究的对象是大众文化，但学术研究本身是严肃的活动，并不适合大众炒作。读者可以看出，本文的研究内容并不那么娱乐化，研究过程反而是比较繁琐的。人们的经验可以得出大致相同的结论——消费口味确实与受教育程度等个体文化特征有关。

在“新闻史研究”栏目中，何镇飏教授的论文“传播与安全：思想史的视角”来自2013年11月底在重庆外国语大学召开的“中国新闻传播思想史研究会成立大会暨首届中外新闻传播思想史高峰论坛”。那次会议上，一批崭露头角的青年学者显示了学术研究特有的令人敬畏的批评精神。

在“清新师生园地”栏目中，硕士生叶雨阳对梁启超欧游及参与巴黎和会的身份考证是一篇研究生课程的习作，以一个很小的研究点进行了比较深入的资料发掘和观点梳理。尽管还比较稚嫩，但已经显示了可贵的潜力。博士生黄雅兰关于“性别与传播”的研究综述涉及后女性主义与信息技术和全球化背景下的学术热点，而学术综述的写作越来越成为清华大学新闻与传播学院十分重视的对研究生的基础训练。

本期书讯介绍了刚刚出版的两本关于新闻传播伦理的教科书，一本是国际著名媒介伦理学专家克里斯琴斯(Clifford G. Christians)等教授编著的《媒介伦理：案例与道德推理》(Media Ethics: Cases and Moral Reasoning)第9版中译本；另一本是以中国视角观察媒介伦理学的国内最新教材——展江教授的新著《媒体道德与伦理：案例教学》。

（郭镇之）

全球传媒学刊（电子刊）2014 春（总第 17 期）
2014 年 04 月出刊

目录

主编的话

大众文化传播

1. 中国电视观众的电视剧消费口味 (韩) 姜明求 等
吴丽蓉 金玟佑 译 戴佳 校

新闻史研究

2. 传播与安全：思想史的视角 何镇飏

清新师生园地

3. 梁启超欧游与巴黎和会参与身份考证 叶雨阳
4. 关于叶雨阳的《梁启超欧游与参与巴黎和会身份考证》以及新闻史研究的一些话题 郭镇之
5. 后女性主义、信息技术和全球化：“性别与传播”研究的热点和综述 黄雅兰

书讯

外新史研究会与清华大学联合举行中外两部媒介伦理学著作发布会

CONTENTS

EDITOR'S NOTES

MASS CULTURE COMMUNICATION

1. The Map of Drama Tastes of Chinese Television Viewers

(Myung-koo Kang et al.
WU Lirong, Kim Minwoo trans.)

JOURNALISM HISTORY

2. Communication and Security: From the Perspective of Intellectual History (HE Zhenbiao)

TEACHERS AND STUDENTS' GARDEN

3. Research on Liang Qichao's Role and Name in His Attendance to Paris Peace Conference and Tour in Europe (YE Yuyang)

4. Discussion on YE Yuyang's Research and Topics Related to Journalism History Research (GUO Zhenzhi)

5. Post-Feminism, ICT and Globalization: Hot Issues and Review on Gender and Communication Studies (HUANG Yalan)

NEW BOOKS

中国电视观众的电视剧消费口味

The Map of Drama Tastes of Chinese Television Viewers

（韩）姜明求 等^①

吴丽蓉 金玟佑 译 戴佳 校

中文摘要：本文在思考大众文化生产和消费的结构性变化的基础上，主要集中关注“中国电视剧消费者”。为研究“中国观众的电视剧消费口味”，本文提出“中国的大众文化消费者如何收看境内和境外电视剧”等问题。本研究对居住在北京的普通中国人收看香港、台湾、美国、日本和韩国电视剧的情况（包括收看方式和收看原因）进行了调查，从而描绘出中国观众的“电视剧口味地图”。这个地图反映了不同学历和收入水平的群体收看电视剧的偏好，包括四种“口味类型”：1、低学历高收入群体的“现实逻辑偏好型”；2、高学历高收入群体的“有逻辑的喜剧偏好型”；3、低学历低收入群体的“不合逻辑的情感偏好型”；4、高学历低收入群体的“浪漫时尚偏好型”。这些不同的偏好类型说明，中国不同群体观众的电视剧口味，因其所拥有的社会、经济和文化资本的差异而不同。

关键词：口味，电视剧观众，电视剧偏好，中国观众，境外电视剧的收看，韩流，美剧

Abstract: This study focuses on the ‘Chinese drama consumers’, having structural changes that define the characteristics of the production and consumption of a popular culture in mind. To look at ‘the drama tastes of Chinese viewers’, the study asks such question as ‘how do Chinese consumers of popular culture receive domestic and foreign dramas’. By examining ordinary Chinese people in Beijing, it is possible to draw ‘the map of drama tastes’ which explains the viewing patterns of Hong Kong, Taiwan, America, Japan and Korean dramas and the reasons for watching those dramas. The map reflects how the groups of people with different education and income levels watch dramas. There are four ‘taste profiles’ including 1) ‘realistic logical sensibility’ of the low education-high income group, 2) ‘logical comic sensibility’ of the high education-high income group, 3) ‘illogical emotional sensibility’ of the low education-low income group, and finally 4) ‘romantic trendy sensibility’ of the high education-low income group. These different sensibilities in turn suggest that there are various groups of Chinese viewers whose tastes are diversified according to different social, economic and cultural capitals they have.

Key Words: taste, drama viewer, drama sensibility, Chinese viewers, foreign drama reception, Korean Wave, American drama

^① 本文作者为姜明求（首尔大学言论情报学科教授）、申慧善（首尔大学亚洲研究所研究员）、吴昶学、杨秀英（首尔大学言论情报学科博士生）、白雯英（首尔大学言论情报学科硕士生）。韩文版发表于방송문화연구 2013년 제 25 권 1 호 pp.197~233（《放送文化研究》第 25 辑第 1 期）。问卷调查和搜集过程由清华大学新闻与传播学院博士生金玟佑完成。本文从韩文到中文的译稿由金玟佑完成，从英文到中文的译稿由吴丽蓉完成。

一、导论

“鸟叔”在全球市场的成功引起了人们对韩流和韩国流行音乐的兴趣，韩国媒体和网络评论对此回应热烈，就好像全球的观众都特别关注韩国大众文化。这些夸大的回应使得对文化跨国交流的审视更难保持平衡的视角，更合适的看法是把韩流看作大众文化从地方流动到全球的现象之一。值得注意的是，日本消费者对“鸟叔”的关注并没有太多^①。韩国有一种说法是，日本人对“鸟叔”在全球的成功之所以显得忽视和淡漠，是他们民族的嫉妒心使然，这种观点不是严谨的解释，评价也非公允。日本人对“鸟叔”的漠视应该理解为，观众的“口味”和市场的特征会由于地区的差异而不同。此外，不应该把韩流看成一个单独的现象，而应该把它放在大众文化的全球化这个更大的框架中来理解。因此，有必要理解在1980年代以来形成的大众文化的生产、分配和消费的体制中，地方文化是如何变化的。

在思考影响大众文化的生产和消费的结构变化的同时，本文集中关注“中国电视剧消费者”。我们旨在通过研究中国大众文化消费者如何收看境内和境外电视剧，来分析中国观众的电视剧口味。我们首先利用调查数据对境内和境外电视剧的消费情况做量化分析，通过探索中国观众对香港、台湾、美国、日本和韩国电视剧的收看方式和收看原因，描绘出一幅“电视剧口味地图”。根据这个地图，我们将研究不同学历和收入水平的群体如何会拥有不同的“口味类型”和电视剧偏好。

我们需要先说明关于中国观众的电视剧口味地图的几个重要问题。首先，电视剧的国籍为什么重要？我们研究电影、电视剧、文学或音乐等文化艺术产品时，它们的国籍重要吗？从文化政策、产业、生产与流通的角度来看，国籍是非常重要的。许多国家把文化政策作为产业政策的一部分，重视文化并把它作为一种国家认同。而在另一方面，从观众的角度来看，文化产品的国籍并不重要。虽然韩流研究倾向于强调文化产品的国籍，但是在理解大众文化的消费上，这种强调的缺点多于优点。比如，看《生活大爆炸》或《欲望都市》的观众知道他们看的是美剧，但是有一种解释更可信：观众看它们是因为喜欢这种电视节目本身并不因为它们是美国剧。相比于笼统的美剧，电视剧观众更倾向于喜欢某种特定类型或特定的节目。考虑到这两个不同的方面，我们在调查问卷中问到了电视剧偏好的国籍问题。中国观众对于韩流的感受不属于本研究的范围。

第二，因为本研究的目标是描绘中国观众的电视剧口味地图，所以有必要对“口味”进行理论探讨。但是我们没有按照通常的顺序——根据理论框架分析调查资料——而是先描述各种电视剧口味，然后再把它们与中国观众的文化活动和日常生活结合起来展开讨论。

第三，相比于按国籍分类，研究电视剧个体之间是如何联系的则更加重要。因此，我们不按国籍来划分电视剧，而是按类型来划分，类型相似的则按主题来划分。其中的问题是，各个国家对电视剧类型的划分方式不同，因此我们不使用不同国家的分类方法，而是按每部电视剧的主题来划分。

二、文献综述^②

在中国，电视剧比其他类型的虚构叙事方式更流行。电视剧是中国社会变化的一个指标，反映了多样化和冲突中的当代政治、经济和文化，代表了当代中国人的生活和情感（尹鸿，2010）。应当在近期中国社会变动的脉络中理解中国电视剧和电视观众。自从1990年代中国

^① 《江南 Style》在 YouTube (www.youtube.com) 的点击率突破 2 亿，其中来自日本的点击率只有一百万。因为日本人是 YouTube 上韩流的主要消费者，所以这个现象显得很寻常。

^② 为了解中国电视剧最近的研究趋势，我们主要集中查阅了中国文献，也查阅了韩国关于口味的研究文献。

的广播电视进入消费市场以来，关于电视以及作为文化消费的电视剧的研究有很多。最近的出版物包括《影像与传播：1990 年以来中国电视剧文化研究》（李琦，2011）、《中国电视剧历史教程》（仲呈祥，2011）、《中国电视剧史教程》（吴保和，2011）、《电视往事：中国电视剧五十年纪实》（宋强，2009）、《中国电视剧导论》（邵奇，2008）等。这些研究认为，与其他的艺术形式相比，电视剧能更好地表现中国普通大众的情感，所以电视剧与民众的日常生活联系紧密。基于电视剧是中国文化消费的核心这个观念，有大量研究阐述了 1990 年代以来电视剧如何在多元的文化消费市场上站稳脚跟。

郑祥福在《大众文化时代的消费问题研究》（2008）中指出，“要了解中国大众文化必须认真考虑中国语境，同时不能忽视大众文化本来的多样性”。他认为，在主流文化与亚文化，全球文化与地方文化，高雅文化与低级文化之间，保持平衡的发展很重要，这样有助于文化生产和市场发展。

最近出版的《中国文化产业问题研究》（谢晶仁，2013）、《中国文化产业年度发展报告》（叶朗，2012）、《文化产业与城市发展：文化产业对城市的作用及中国的发展模式》（张胜冰，2012）、《中国文化产业指数报告（CCIDI）》（胡惠林，2012）和《文化产业教程》（孙连才，2012）等研究了正在变化的文化产业政策。中国共产党十七届六中全会（2011 年 10 月，北京）审议通过了《中共中央关于深化文化体制改革、推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》，这是中共中央首次把文化命题作为中央全会的议题。这项决定提出了作为国家新愿景的“社会主义文化强国”，并且制定了加快文化产业发展并使之成为国民经济支柱产业的目标^①（Kwon，2012）。

关于中国电视剧消费，《2010-2011 年中国电视剧市场报告》分析了文化产业的经济层面。此前国务院于 2009 年 7 月发布了《文化产业振兴规划》，旨在把文化产业发展成国民经济支柱产业。2006 年以来，中国 GDP 持续增长。2011 年 GDP 总值达到 47.16 万亿人民币（7.26 万亿美元），比上年增长 9.2%，其中第一产业增长 4.5%，第二产业增长 10.6%，服务业增长 8.9%。在中国经济结构中，第一产业占 10.1%，第二产业占 46.8%，服务业占 43.1%。该报告指出，中国 2011 年有 2481 个与艺术相关的组织、2571 家博物馆、2925 家公共图书馆和 3276 个文化中心，此外还有 197 家无线电台、213 家电视台，2153 家广播电视台和 44 家教育电视台。订购有线电视的家庭用户达到 2 亿 152 万家，有线数字电视订户达到 1 亿零 1455 万家。同一时期无线广播电台到达率为 97.1%，电视广播到达率为 97.8%。同年电视剧生产量为 469 部，包括 14949 集，动画片产量为 261444 分钟。

受众分析主要包括对以传统方式收看电视的研究和使用新媒体手段收看电视的研究。《从文本角度看电视剧对受众的说服效果》（刘晖，2011）认为，当观众看得很专注时电视剧就能获得成功。该研究还提出了一些能加强观众专注度的要素。董琦琦（2010）在《国产电视剧与受众关系研究》中就强调，电视剧应该与普通百姓的兴趣、多样化的生活方式以及新的世界观联系更紧密。

《试析央视高收视率电视剧的收视特征与受众需求》（周勇，2010）分析了中央电视台 2009 年放映的收视率排名前 20 位的电视剧特点。在这 20 部电视剧中，现代革命历史剧和警匪剧排名第一、农村剧排第二，现代军事剧和现代都市生活剧并列第三位，历史剧第四、现代科学剧第五、现代都市生活剧第六。由于 2009 年是中国建国 60 周年，所以有关国家理念的电视剧受到的支持较多。现代都市生活剧由于表现了都市老百姓的日常生活，受到观众的喜爱。该研究还发现，40 多岁的人看电视最多，青少年看得最少，低学历和低收入者比

^① 中共中央宣传部副部长孙志军在一次记者会上说，“国民经济支柱产业通常要占 GDP 的 5%，预计中国的文化产业会在 2015 年达到这一目标”（2011 年 10 月 12 日）。

高学历和高收入者看电视剧更多。这个发现也印证了“看电视是低级资本的文化消费”（Kang, 2011）的观点。

过去对境外电视剧消费的研究集中于日剧，近年来对韩剧的关注则更多。随着近年来在网上看电视剧在中国越来越风行，对美剧的研究也在增加。李月宁（2008）在《美国电视剧中国网络受众分析》中用“使用与满足”的理论框架，做了一个关于中国观众在网上看美剧的案例研究。除了调查之外，她还对电视剧做了文本分析，研究了观众喜欢看美剧的原因。孙法磊（2008）在《中美热播电视剧叙事策略分析》中针对叙事风格，做了一个中国电视剧和美剧的比较研究。他认为中国电视剧胜在对现实的展现，而美剧则胜在用戏剧性的方式来发展故事。而且，中国电视剧倾向于把人物作为焦点，而美剧则经常通过安排伏笔来展开叙事。

一个关于《越狱》的案例研究（文卫华）认为，由于网络是一个可以随时看任何节目的地方，所以在网上看境外电视剧的行为相比于与其他行为，为观众更好的提供了认识自我的机会。一个对中国大学生收看美剧《老友记》的案例研究（李丽颖）认为，受教育程度越高的中国年轻人往往会看越多的美剧，这帮助他们在接受不同文化带来的信息过程中逐步培养“审美感觉”和“批判能力”。

电视剧口味的概念与什么样的人看什么样的电视剧有密切关系，要回答这个问题就必须了解观众的收视模式。收视模式方面的研究有两条主线：对与收视相关的结构性因素的研究以及对收视内在因素的研究。前者强调整体节目安排和可收看度对收视习惯和口味有很大的影响，后者认为观众的内在需求和动机在他们做出偏好选择时起决定性作用。由于多信道环境和大量信息的跨国流动使得观众成为主动的媒介使用者，收视的内在因素引起了更多关注。

性别、年龄、职业、学历等人口统计学因素也会影响电视剧口味。许多研究讨论了性别对电视剧口味的影响。爱情题材的连续剧是女性喜爱的较为温和的类型，动作、新闻、体育、纪录片等是男性喜欢的较硬的类型（Park, 1991; Shim, 2007）。Yang（2011）考察了个人性格与电视节目偏好的联系，阐明了性别对电视剧口味的影响。她发现女性更喜欢爱情和时尚剧，男性则更喜欢历史剧。换言之，女性喜欢的爱情和时尚剧情节发展缓慢、感情表达丰富，就算间断性地看也能理解完整的脉络；男性喜欢的历史剧包含许多细节，需要专心才能看懂。与之相反，Kang、Lim 和 Roh（2012）对这一关于性别和类型偏好关系的假设提出了质疑。通过对一群喜欢看情景剧的中年男性的案例研究，他们说明了男性喜欢新闻、纪录片，女性喜欢电视剧的这种二分法是错误的，男性也可以不相信新闻而更喜欢情景剧中的虚构性现实。

Lee（2007）研究了年龄与电视剧口味的关系。她指出，网络电视剧正在失去年轻观众，除了生活方式和媒介环境的变化之外，网络电视剧已经过时，跟不上年轻一代的口味。她认为，网络电视剧对年轻人的内心描写不够，而且还往往设置婚姻阻碍一类的不切实际的主题，这导致年轻观众把注意力从网络电视剧转向类型更丰富的境外电视剧（即神秘和浪漫的喜剧）。Kim（2007）也研究了这种趋势，他把美剧观众分为三类：1）为学英语而看美剧的观众，2）曾在海外留学的年轻观众，3）习惯于消费全球大众文化的 20 至 40 多岁观众。Jung（2009）按美剧喜好类型分析了韩国美剧迷，发现年轻观众之所以喜欢美剧，是因为他们可以在不失去悬念的情况下连续看很多集。

另有一项研究说明，可以根据观众的需求划分电视剧口味。Park（2012）研究了观众需求对电视剧口味的影响，他把观众的倾向分成三类：1）逃避日常生活中的现实问题，2）喜欢幻想、空想，3）现实生活中无法实现，通过二手经验得到替代性满足。她认为，上述要

求越高，就会有越多的观众喜欢电视剧中的幻想元素，因此也就更喜欢浪漫剧。

通过文献综述，我们可以把电视剧口味划分为两个类型：对幻想型爱情电视剧的喜好，以及对现实主义、职业和悬念电视剧的喜好。幻想型情景剧重点在于感情的发展和完整的故事线，这使得观众就算间断性地看也很容易懂。反之，后者要求观众抓住并理解细节，这就使得观众得在有空时连续看完所有剧集。

三、研究问题与研究范围

为分析中国观众对境外电视剧的消费口味，本研究不讨论电视剧口味是否为划分中国社会阶层的一种指标。相反，我们先确认中国观众的各种电视剧口味，然后阐明具有不同电视剧口味的观众的文化偏好。因此，需要考虑观众的社会经济特征，如收入、学历、职业和性别，这些是与电视剧偏好有关的因素。

研究问题 1：中国境外电视剧观众的口味地图中有哪些口味类型？

研究问题 2：中国观众的电视剧口味中有哪些“偏好类型”？

我们尽量避免使用“经济资本”或“文化资本”之类的词语，因为把收入等同于经济资本、把学历等同于文化资本会产生混淆。我们还将研究每一部电视剧（不论国别）在中国观众的电视剧口味地图中的位置。

四、研究方法

1. 问卷调查

问卷调查的对象是 400 位居住在北京的中国人，他们的年龄范围是 20 岁到 59 岁。调查数据由十名留学生于 2013 年 1 月 15 日至 1 月 22 日现场收集^①，共回收了 393 份问卷。

2. 主要变量测量

主要变量是性别、年龄、学历、家庭月收入 and 职业。学历编码为：高中毕业及以下、大学及大学毕业、研究生及以上；家庭月收入编码为：5000 元以下、5000~10000 元，10000 元以上；职业编码为：干部或管理者、专业人士、白领职工、服务业从业者、初级产业从业者、学生、全职家庭主妇、无业（包括退休人员）；居住情况编码：与家人住一起、与朋友或亲戚住一起、与异性朋友同居、独居和其他。表 1 显示了受访人的人口统计学信息。

表 1：受访人的人口统计学信息

		受访人数量（人）	%
性别	男性	204	51.9
	女性	189	48.1
年龄	20 多岁	126	32.1
	30 多岁	108	27.5
	40 多岁	76	19.3
	50 多岁	83	21.1

^① 为了访问到中国社会的中产阶级，本研究主要在餐馆、电影院、咖啡厅和文化中心等地开展调查。我们为受访人提供了小礼物。

学历	高中毕业及以下	100	25.4
	大学及大学毕业	196	49.9
	研究生及以上	97	24.7
职业	干部或管理者	49	12.5
	专业人士	57	14.5
	白领职工	65	16.5
	服务业从业者	68	17.3
	初级产业从业者	53	13.5
	学生	61	15.5
	全职家庭主妇	28	7.1
	无业 (包括退休人员)	12	3.1
家庭月收入	5000 元以下	111	28.2
	5000 元至 10000 元	142	36.1
	10000 元以上	140	35.6

3. 电视剧抽样

对于中国境内电视剧，我们选择中国最大门户网站搜狐网（www.sohu.com）^①的电视剧栏目中点击量前十位的电视剧，还选择了 2011 和 2012 年得到华鼎奖的十部电视剧作为分析样本。华鼎奖是从 2007 年开始，由国务院新闻办中国人权发展基金会支持的天下英才传媒组织颁发的奖项。根据舆论调查结果，对演艺界发展有杰出贡献的优秀演员和电视剧均可以获奖。因为华鼎奖以民意投票为基础，所以它比其他专家评定的奖项更能反映出大众的想法。而且它是一个由中国政府颁发的奖项，带有一定的政治特征。

包括香港、台湾、韩国、美国和泰国电视剧在内的境外电视剧，比境内电视剧播放更少，也更难收看到。我们选择的是从 2013 年 1 月 7 日至 14 日在中央电视台下属频道和全国范围内省级卫视播出的境外电视剧。此外，我们还在搜狐网上选择了 20 部在不同类型中点击率最高的电视剧，这些类型包括都市生活、青春爱情、历史、家庭、职业（医学和警匪）等。

在搜狐网和其他中国视频网站里没有单独列出日剧^②。我们在排名前 100（2000-2010 年）的日剧榜单中挑选了十部，还挑选了十部 2011 年、2012 年播出的排名前十的日剧。我们使用历年的收视率数据以便选择在自网上流通以来最受欢迎的日剧，使用近两年的收视率数据以便了解近年来更受关注的日剧，挑选的高收视率日剧类型包括都市生活、青春爱情、历史、家庭、职业（医学和警匪）等。

4. 分析

^① 搜狐作为中国最早的搜索引擎，于 1998 年 2 月成立，发展成为中国一个具有代表性的门户网站，提供多样化的娱乐内容。搜狐号称中国版的雅虎，其品牌名称 sohu 结合了“sina”（代表中国）和“yahoo”。“搜狐”的中文意思“搜索狐狸”，指的是，“我们像狐狸一样为您搜索您需要的信息”。这个名字作为门户网站的名称，有力且易记。

^② 搜狐官方提供的内容只限于给搜狐提供了版权的电视剧，由于日剧版权很贵，所以搜狐提供的日剧数量很有限。

本研究使用了描述性统计数据来分析中国观众的境内和境外电视剧口味。因为观看了抽样电视剧（N=60）^①的受访者年龄、性别、学历和收入不同，他们的电视剧偏好是通过分析各个群体中喜好各个电视剧的比例来衡量的。同样，基于各个电视剧观众的家庭收入和学历的加权平均值，六十部电视剧的坐标以此确定。

我们将根据对调查数据的分析描绘出电视剧口味地图，并探究在多种口味类型中观众的偏好。为此，在相关网站上查阅各个电视剧的在线评论就显得十分重要。我们收集了中国最大的媒体评论网站豆瓣网上的在线评论^②，细节会在分析结果中进一步讨论。

五、研究结果

表 2：境外电视剧偏好

排名	偏好的境外电视剧	受访人数	%
1	美剧	187	47.6
2	港剧	125	31.8
3	韩剧	111	28.2
4	台剧	62	15.8
5	日剧	40	10.2
6	泰剧	14	3.6

表 2 显示了对境外各地区电视剧的偏好，以及受访者中喜欢不同地区电视剧的人数。美剧在受访者中最受欢迎（47.6%），31.8%的受访者喜欢港剧，28.2%喜欢韩剧，15.8%喜欢台剧，喜欢日剧和泰剧的分别占 10.2%和 3.6%。可以说，美剧是最受中国观众欢迎的境外电视剧，韩剧相对来说也很受欢迎，而日剧比预期的受欢迎程度低。这一研究结果具有非常重要的意义，因为此前缺乏韩国学者研究中国内地观众对不同地区电视剧偏好的成果^③。

表 3：偏好的原因

	中国境内 电视剧 N=393	美剧 N=187	港剧 N=125	韩剧 N=111	台剧 N=62	日剧 N=40
真实的故事	1	11	9	10	6	8
愉快的主线	2	9	7	4	3	9
对感人故事的 同情	3	10	5	3	2	3

^① 六十部电视剧包括中国大陆、香港、台湾、美国、韩国和日本的各十部电视剧。问卷最初纳入了泰国电视剧，但是由于观众太少就将其排除了。

^② 豆瓣 web2.0 由杨勃创立于 2005 年 3 月 6 日。在豆瓣网上，用户可以分享对图书、电影、电视剧、音乐等的评论，也可以搜索到别人推荐的内容，每一项内容、分类和排名都是由用户决定的。豆瓣现已拥有每月一亿的访问量，吸引的多是城市中受教育程度较高的群体。在豆瓣的众多分类中，我们将分析豆瓣视频板块的内容，这是分享和评论视频的最大和最具有代表性的论坛。这里聚集了成千上万的电影、电视剧和名人的内容，已经有超过一千万名用户注册（来源于百度）。为了调查电视剧的在线评论，我们收集并分析了对电视剧的在线讨论（2013 年 3 月 8 日）。其中，长评指的是超过 140 个汉字的评论，短评则少于 140 字。

^③ 考虑到香港和台湾与中国大陆体制不同，港剧和台剧是“基于地区”，其他分类是“基于国家”。这两种说法在文中都有使用。

演员演技好	4	5	2	1	6	4
故事中迷人的人生观和世界观	5	6	10	5	4	4
有趣的角色	6	8	3	6	4	10
节奏快	7	2	1	8	6	4
故事意外性	8	1	4	9	1	2
布景、化妆或拍摄技术	9	7	11	2	10	7
悬念	10	3	5	11	9	10
伏笔和转折的使用	11	4	7	7	11	1

表 3 显示了观众喜欢特定电视剧的原因。对每个地区的电视剧偏好列举了 11 个原因，把它们按重要程度从 1（最重要）至 11（最不重要）排序。以下是调查结果：

第一，“真实的故事”在中国境内电视剧中排名最高，而在美剧排名最低，这很好地表明了中国观众对境内电视剧和美剧的不同认知。第二，“伏笔和转折的使用”在中国境内电视剧中排名最末，但是在日剧中排名第一。第三，“对感人故事的同情”在中国境内电视剧、韩剧、台剧和日剧中排名大体都比较高，在美剧中却排名倒数第二。第四，“演员演技好”和“布景、化妆或拍摄技术”只在韩剧中排名较高，在其他地区的排名都较低。虽然这似乎说明了韩剧的强项，但是也重新提出了什么才是有竞争力的电视剧这个问题。第五，日剧和台剧排名高和排名低的因素差不多，美剧和港剧也差不多。

表 4：按性别和年龄各地区进口电视剧嗜好者布局

	20 多岁和 30 多岁（年轻）		40 多岁和 50 多岁（年长）		总数
	男性	女性	男性	女性	
	124(100%)	110(100%)	80(100%)	79(100%)	
美剧	72 (58.1%)	74 (67.3%)	23(28.8%)	18(22.8%)	187(47.6%)
港剧	41(33.1%)	50(45.6%)	13(16.3%)	21(26.6%)	125(31.8%)
韩剧	18(14.5%)	48(43.6%)	18(22.5%)	27(34.2%)	111(28.2%)
台剧	23(18.5%)	21(19.1%)	3(3.8%)	15(19.0%)	62(15.8%)
日剧	8(6.5%)	17(15.5%)	9(11.3%)	6(7.6%)	40(10.2%)

20 岁到 30 岁的年轻女性观众相对更喜欢美剧、港剧、韩剧、台剧和日剧。67.3% 的年轻女性和 58.1% 的年轻男性表示他们喜欢美剧，表明超过半数的 20 多岁和 30 多岁的年轻观众更喜欢美剧。与之不同，28.8% 的年长男性和 22.8% 的年长女性喜欢美剧。同样地，年轻女性（45.5%）最喜欢港剧。对于韩剧，年轻女性（43.6%）最喜欢，其次是年长女性（34.2%）、年长男性（22.5%）和年轻男性（14.5%）。

虽然表 4 没有直接说明，但是对不同地区电视剧的偏好显示了高学历、高收入者更喜欢日剧和美剧，低学历、低收入者更喜欢台剧和韩剧，而喜欢中国境内电视剧和港剧的人通常

学历和收入都属中等。如前所述，因为很难在视频网站上找到日剧，所以看日剧意味着观众是主动搜索的，而不是像其他很容易看到的电视剧一样，美剧爱好者也是如此。而在另一方面，中国境内电视剧和港剧很容易就能在电视上看到，所以那些有一般收入和学历的电视剧爱好者最喜欢看这些电视剧。对于台剧观众而言，在高收入、高学历群体和低收入、低学历群体之间没有显著差异，主要是因为台剧也很容易看到。韩剧在低收入、低学历群体中最受欢迎，原因可能跟韩国输出到中国的特定韩剧类型有关。

六、电视剧口味地图与偏好类型

1. 概念框架

选择是否看、为什么看以及看什么电视剧，与选择个人认同和生活方式是紧密联系的，看电视剧的习惯体现了我们的文化口味。例如，跟家人一起看情景剧，或者自己在网上看美剧而母亲在看情景剧，这些都是向家庭成员展示自己的文化口味的方式。由于看电视剧通常都是在私人空间发生的事，一般也不怎么跟别人说，在单位和同事聊最近一集《无子无忧》能向别人展示自己的个性。因此，聊电视剧会因为展示个人口味体现了部分内在的自我。

为解释中国观众在电视剧消费上的文化口味，本文将批判地用到布尔迪厄的“习性”概念。布尔迪厄的理论引发了关于习性和文化资本的许多研究，基于各国不同的文化，对其理论的批判也在上升。因为本研究不是对布尔迪厄和习性概念本身的研究，所以不能完全讨论跟其相关的批判。我们将讨论对于本研究尤其重要的两种批判性观点，以理解中国社会的电视剧口味。

此前关于文化资本和阶层关系之间的联系或者说因果关系的研究可以分为三类。第一，最早的研究重点放在了文化资本的角色而不是阶级关系产生的经济决策上，这是被布尔迪厄质疑的地方。第二，之后的研究针对在法国社会发现的两个结构性因素的影响是否存在于其他国家，以及传统的机制差别如教育和收入是否仍然有影响，进行了实证分析。这个观点引发了在不同背景下的研究，他们要么支持要么反对布尔迪厄，比如 Dimaggio (1992) 以及 Peterson 和 Kern (1996) 的研究。更重要的是，这一研究引发了一个新的框架，就是把高雅文化和不同口味的主体而非上层社会联系起来 (Chan & Goldthorpe, 2007; DiMaggio & Mukhtar, 2004)。韩国学者也做了实证分析，认为不同口味以及传统社会经济背景的意义非常重要 (Yang, 2009; Choi & Lee, 2012; Han, Han, Shin & Koo, 2007; Han & Park, 2007)。

如前所述，本研究不打算阐明文化资本和阶层的联系，我们的目标是描绘出中国观众的电视剧口味地图，研究中国观众中拥有不同电视剧口味的群体如何对大众文化产生不同偏好。因此，理论探讨不会仅仅只在假设检验，而是反映对电视剧口味地图中显示的类型理解以及电视剧偏好的本质。

如上所述，在布尔迪厄的“区隔”概念之后的研究，提供了两种至关重要的暗示。第一，习性产生文化行为，但是这种影响既不是始终如一，也不够系统到能用习性直接区分出阶级，这已经被那些对文化品位情有独钟的实证研究所证实 (Chan & Goldthorpe, 2007; DiMaggio & Mukhtar, 2004)。这些批评性研究认为个人对食物、文化、音乐和绘画的口味是流动和变化的，不论是有修养的人还是普通大众。

在表明影响个体或集体的不同文化品位时，习性的重新概念化能够为解释看电视剧的行为提供一个有用的框架。例如，包括布尔迪厄在内的许多学者发现，尽管知识分子事实上看过淫秽文学、低级文学和流行电影这类平民看的东西，却不会表现出来他们消费过这些产品。类似地，看过情景剧的韩国中年人也不愿意说他们看过情景剧，更不喜欢把自己看成是情景

剧观众 (Kang, et al., 2011)。电视剧偏好和文化品位的研究显示，从事专业工作、社会地位较高的男性几乎不看电视剧 (Kim & Seo, 2001; Choi & Lee, 2002; Han, Han, Shin & Koo, 2007)。他们可能没有时间看电视剧，或者他们避免选择电视剧作为他们的文化习惯，虽然那些研究并没有讨论这些^①。

如上所述，把看电视看作是一种文化消费的同质化口味是不行的。换言之，电视观众可能有许多文化消费的口味。有些人可能喜欢历史和非虚构类节目，例如新闻和纪录片，其他人可能对娱乐节目感兴趣。但是，已经有研究表明，许多人有着多重的电视剧口味，我们可以称之为电视剧“杂食者”。

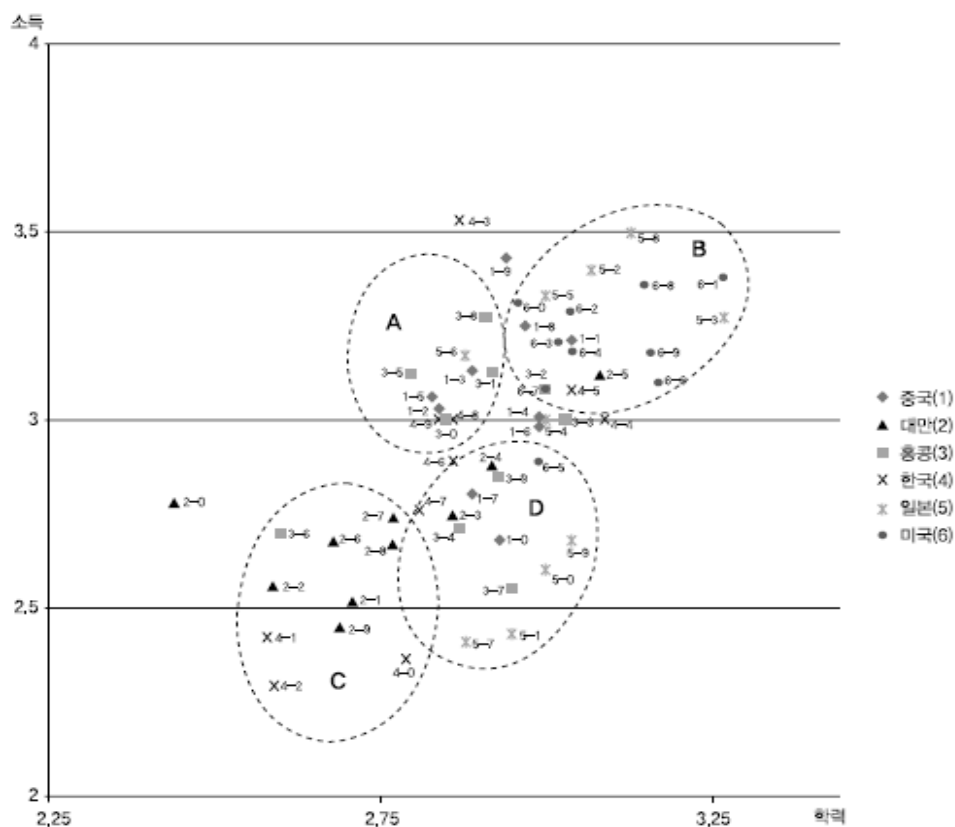
第二点启示是，尽管多样化的电视剧口味主要存在于上层阶级，但是这并不具有稳定性。一些人可能有一致的口味，例如只喜欢古典音乐，或者爵士乐、滚乐，但是其他人可能有着不一致的口味。研究表明，那些喜欢古典音乐的人可能同时喜欢摇滚乐，喜欢艺术的人可能同时喜欢色情文学 (Bennett, 2010; Bryson, B., 1996)。

2. 电视剧消费的口味类型

图 1 展示了电视剧口味地图中的口味偏好类型，我们描绘这幅地图是为了理解不同收入和学历的中国人的电视剧消费偏好（即类型和国籍）。为此，我们选择了六个国家和地区，这些国家和地区创造出许多受中国观众喜爱的电视剧，并在每个国家和地区抽样了排名前十的电视剧。根据学历和收入水平，我们分析了对这 60 部电视剧的偏好。结果，我们发现四种显著的口味类型并采用了一些分析方法。

图 1：电视剧口味地图

^① 关于中国普通民众的文化资本和口味的研究很少。



〈그림 1〉 중국 시장자들의 드라마 소비취향 지도

第一种类型（A）是低学历、高收入阶层的“现实逻辑偏好型”。这一类型的人喜欢的电视剧有《媳妇的美好时代》（1-3）、《裸婚时代》（1-5）、《北京爱情故事》（1-2）、《美丽人生》（4-9）和《顺藤而上的你》（4-8）等。在中国，“裸婚”指年轻人结婚没有经济基础，没有婚礼也没有结婚戒指，只拿结婚证。和韩国的“88 万元时代”^①一样，“裸婚”已经中国当代年轻人的一种新时尚，并成为一个通用的代名词，主要指经济状况不稳定的年轻人。这一类电视剧描写的年轻人的关系是非常现实的。《裸婚时代》的网络评论中有人说道：“说我们只追求物质是不对的，但是世界实在太艰难。”（用户左手）《裸婚时代》得到成功是因为描绘了普通人经历艰难的时光，和不安全感作斗争，感到沮丧但是有时候又能找到希望。《媳妇的美好时代》描述了年轻儿媳妇每天的奋斗。有评论说“这部电视剧改变了我的婚姻观。别的电视剧里面出现的男主角们都是高富帅，但这里不是。这是现实生活，所以让人感动。”（用户落草成果）对电视剧中生活的困难感到同情是“现实逻辑偏好型”的核心。所以，网络评论中“生活的现实”、“世界”、“普通家庭”和“直面残酷生活”等词经常出现。

韩剧《美丽人生》描述了同性恋的故事，这在韩国电视剧中是首创。然而，这是一部典型的金秀贤式的家庭剧。在这里，同性恋被当作一个家庭问题而不是被定义成社会政治问题。有人评论说，“这部剧给我们展现了一个平凡家庭的快乐、生气、悲伤和欣喜。它让人感动正因为它的平凡。”（用户 Eclipse）还有人说，“这部剧很像美剧《兄弟姐妹》，但是我觉得《美丽人生》更能反应亚洲元素。当 Kyungsoo 握着 Taesup 的手，说‘没事，我们都做到了’时，我觉得这就是人生。”（用户艾木顺）

看完《顺藤而上的你》，有人在网上评论说：“剧中 Kim Namjoo 就是韩版的海清”。（用

^① 韩国的“88 万元时代”指的是拥有高学历、热情和工作忍耐度，但挣得很少的人。（Bae, 2007 年 11 月 30 日）。

户王深林子大同学）海清是上面介绍的《媳妇的美好时代》的女主人公。这说明中国观众对于有着相似内容主题和情节发展的两部电视剧会产生相似的感受，而不管他们生产的地区是否相同。有人写道：“尽管这部剧主要讲的是出生的秘密以及一个女人和她婆婆之间的矛盾，它仍然包含了娱乐性的因素，比如如何分担家务的问题，以及家庭成员的调解。我看这部剧学会了如何采用现实方法解决家庭矛盾。”（用户 Brcy）周勇（2012）的观点很有启示性，他说，“当今中国社会的城市生活对普通人造成了就业、婚姻、友谊以及商业压力，相关的电视剧由于强调这些方面，吸引了众多观众。”总之，中国观众所能感受到的现实在他们的生活和电视剧所呈现的虚拟现实中都得以呈现。

第二种类型（B）是高学历、高收入群体的“有逻辑的喜剧偏好型”。这个群体喜欢的电视剧包括美剧《老友记》（6-1）、《生活大爆炸》（6-4）、《犯罪现场调查》（6-2）、《绝望主妇》（6-6）、《迷失》（6-8）、《欲望都市》（6-7）和《犯罪心理》（6-9），日剧如《交响情人梦》（5-2）、《律政英雄》（5-8）、《萤之光》等，以及《潜伏》（1-1）、《心术》（1-8）等中国境内电视剧。《生活大爆炸》是这次调查中观众最多的美剧（33.8%），与《老友记》（33.3%）一样是美剧的典型代表，都对中上流阶层具有很大的吸引力。如前文所述，中国观众喜欢美剧的原因是快节奏的发展、故事的意外性和悬念。这些电视剧强调戏剧性大于叙述性，因而要求观众有目标导向型态度，而不是松散地看电视。

《生活大爆炸》获得了很多正面的回应。似乎很多人通过这部剧了解了美国文化和生活方式，并以此为乐，而不仅仅将其当成一个情景喜剧。

“人们对于工科男生有着刻板印象，认为他们都呆板没有吸引力，这部剧的男一号 Sheldon 就颠覆了这一印象。聪明是一种新的性感！正如海报所说，它给我带来关于天才的全新概念。”（用户郑小刷）

“我知道有一个词可以最好地描述包括 Sheldon 在内的这些人。那就是奇葩！看完这个剧，我学会了从一个全新的角度看待这个世界。”（用户妖怪男）

这些评论表明，欣赏《生活大爆炸》的人喜欢那些不仅聪明而且幽默的角色。

有趣的是，警匪剧也是这些有逻辑的喜剧偏好群体喜欢的类型，比如《犯罪现场调查》（美国）、《律政英雄》（日本）、《潜伏》（中国）。众所周知的是，美国的警匪剧靠着悬念、快节奏的发展以及曲折的情节来吸引观众。

《交响情人梦》讲了传统的富二代男主角和灰姑娘女主角的故事。然而，和这类电视剧所不同的是，它并没有讲二者爱情故事的坎坷，而是主要讲了音乐学院里交响乐比赛和钢琴比赛这样专业型很强的故事。有人评论：“我被剧中人物的积极和热情所打动。虽然是喜剧，但是富有启发性和激励性。”（用户 weethd）还有人说，“这部剧愉悦且浪漫，我很欣赏这部剧将古典音乐恰如其分地融入到了年轻人追梦的故事中。”（用户 Sophia）

《潜伏》^①和《心术》也是公认的高质量电视剧。《潜伏》讲述了1940年代国民党和共产党之间的谍战故事。该电视剧跟之前的谍战剧不一样，它由于成功描写了国共两党的奋斗挣扎而受到好评。《心术》号称是中国第一部大型医学剧。中国境内电视剧中的职业剧（即医学剧、法律剧等）很少，这部电视剧为中国职业剧铺平了道路，也因此满足了拥有有逻辑的喜剧偏好的观众的需求。

喜剧和警匪剧属于同一个口味类型，有必要进一步分析。查阅电视剧文本和网络评论使

^① 这部电视剧在第15届上海电视节获得“最佳电视剧”、“最佳男主角”和“最佳编剧”。

我们能够定义有逻辑的喜剧偏好。比如，收看《犯罪现场调查》的人应该有一定层次的文化水平，并且有相当程度的专注性。随着一系列谋杀犯、嫌疑人以及各种伎俩的展开，故事的发展和人物的行为都很有型而且带着酷劲儿。《交响情人梦》将古典音乐融合进竞赛、妒忌和奋斗等因素，与前者也是一致的。

第三种类型（C）是低学历、低收入群体的“无逻辑的情感偏好型”。以下电视剧属于该类型：《一千次吻》（4-2）、《糟糠之妻俱乐部》（4-1）、《清潭洞爱丽丝》（4-0）、《意难忘》（2-1）、《醉后决定爱上你》（2-8）、《美丽俏佳人》（2-9）。一位观众评论《一千次吻》时说，“这是如此的可悲和不真实，为什么这么多韩剧都讲的是富豪和贫民之间的矛盾呢？”（用户大头的小头梦）《糟糠之妻俱乐部》讲的是，两个曾经的好妻子由于被出轨的丈夫抛弃，而对他们展开报复，该剧以夸张的故事而为人知。有人在网上问道：“韩国真的不把男人出轨当回事儿吗？”（用户 amstel）另一人写道：“所有的人物都在歇斯底里，结局也极其不现实。”（用户 EL）这类型的电视剧很少有连续性，每一集都是不可信、不真实的故事，大部分人物都极端的感性和富有攻击性。

《醉后决定爱上你》的观众评论说：“这部剧太假了吧，但是我竟然每次看这个都会哭。”（用户 Kikiwi）另一个说：“太可悲了！我们竟然还在看这种灰姑娘和白马王子的故事，什么时候是个头？”（用户童雨荷）

《清潭洞爱丽丝》的一名观众说，“看韩剧不需要头脑，看韩剧的时候完全没必要动脑筋，就算我们有时候想要动脑筋，也没法看懂他们故事。”（用户 Gyaku）这充分显示了中国观众对韩剧的感觉。值得注意的是，中国观众一边骂一边仍然在看韩剧。这说明这个类型的观众对剧中人物和故事没有完全的共鸣，但是在剧中人物冲动地做一些自己在现实生活中不会做的事情时，观众会在感情上被带入。换句话说，角色情感爆发的极端行为是观众的一种二手体验。这可以说是“无稽之谈”的类型。

第四种类型（D）是高学历、低收入群体的“浪漫时尚型”。许多日剧属于这一类型，包括《花样男子》（5-1）、《无价》（5-0）、《极道鲜师》（5-9）、《大姐头》（5-7）等。韩国电视剧《城市猎人》（4-7），中国境内电视剧《金太狼的幸福生活》（1-0）、《家，N 次方》（1-7）也属于这一类型。

值得注意的是，对于这些电视剧的所有回应都集中在演员上。对日剧《大姐头》有人评论道：“偶然看了安徽电视台播放的赤西仁演主角的电视剧，演员演得特别好，而且内容也非常现实。尤其爱看赤西仁的演技！我向朋友们强烈推荐，还买了 DVD。”（用户环岛旅行）同样地，有人看完了《极道鲜师》后说：“帅哥都来了，尤其应该看龟梨和也的演技和风格。一定要看！”（用户名喵酱）

对于《无价》，有人说道：“我看木村拓哉的电视剧，我不管故事讲的是什么，不管摄影、音乐怎么样，我都想看到底。为什么？因为里面有木村拓哉啊。”（用户 Mocha）《花样男子》的评论里说：“我不知道别人怎么看这电视剧，我看这电视剧的原因就只有一个，就是看松本润。”（用户 green）另外一个说：“情人眼里出西施，我看台剧《流星花园》是为了看仔仔，看日剧《花样男子》是为了看小栗旬。”（用户薏苡）还有评论这样写道：“我特别喜欢《花样男子》，他们演得真的很好。我当初喜欢松本润是因为他个子高长得帅，现在发现他更有魅力。小栗旬的演技和风格跟剧里的人物很像，松田翔太的演技特别好，李振冬也非常有魅力。”（用户名山芋）还有评论写道：“我希望这个美丽的梦永远不要醒，我们 80 后^①从小就

^① 指生于 1980 年代的人，中国在 1978 年改革开放后实施了计划生育政策。他们是中国学习同样的教科书、看同样的电影的最后一代人。同时，他们也是使用互联网的第一代人，并且在成长过程中接触到外国文化。

敏感和脆弱。我们需要爱，但是总有经济压力和财产不稳定。我们必须为了金钱而奋斗，很多时候牺牲了爱情。我希望有一天白马王子出现给我带来幸福生活。”《花样男子》在亚洲观众中拥有极大的知名度和吸引力。它最初是日本漫画，而后在台湾、日本、韩国和中国大陆被改编成了电视剧。由于创造出了四名有魅力的贵公子和一个许多人幻想的浪漫爱情故事，它在年轻女性观众中尤其受欢迎。

韩剧《城市猎人》也得到了对明星的憧憬、对恋爱的幻想等类似评价。2013 年 3 月 8 日在豆瓣对《城市猎人》的长评^①有 258 条，短评^②有 11651 条，长评中“李敏镐的帅气外貌”是最常提到的主题（258 条中有 57 条提到）。中国境内电视剧《家，N 次方》（1-0）和《金太狼的幸福生活》（1-7）里有许多具有代表性的中国明星，因此创造出了一种时尚的偏好类型。

属于浪漫时尚偏好类型的电视剧，除了不现实以外，普遍认为比无逻辑的情感偏好型更合乎情理。这一类型电视剧允许观众在看剧的时候想象，如果他们是剧中人物的话会怎么办。与无逻辑的情感偏好型的观众类似，这一类型的观众也不完全认同他们喜欢的电视剧，但是两者的理由不一样。无逻辑的情感剧得到很少共鸣是因为其不合情理，但是浪漫时尚剧得到相对较低的共鸣则仅仅是因为它们不够现实。所以网络评论显示，叙事方式不如由哪个明星扮演白马王子满足观众梦想来得重要。

电视剧的口味类型和多种类型偏好并没有清晰地显示哪个地区和哪种类型的电视剧在中国更受欢迎，研究中国观众对单个电视剧的偏好并将其与收入和学历联系起来，这样产生了多样化的类型偏好，观众自己都难以分辨。

七、结论

本研究旨在阐明中国观众在看境内电视剧和境外电视剧时形成的文化口味（或电视剧口味）。基于对电视剧收视的调查数据和观众对抽样电视剧的网络评论，我们画出了表现电视剧口味偏好的地图。意外的是，对美剧和港剧的偏好达到将近 50%。鉴于美剧基本不在电视网络上播出，对美剧的偏好尤其值得注意。韩剧在中国观众中也具有较高的收视率。与此不同，日剧和台剧比预期的收视率要低，而泰剧的收视率正在上升。

我们关注的核心问题是，中国观众在看电视剧的过程中形成了什么样的电视剧口味。如上述讨论，电视剧口味类型是一种文化习惯，这种习惯从观众与具有独特叙事特点的电视剧文本的互动中形成。

分析结果发现了四种口味偏好类型，即“现实逻辑偏好型”（A）、“有逻辑的喜剧偏好型”（B）、“不合逻辑的情感偏好型”（C）和“浪漫时尚偏好型”（D）。其中，B 类在高学历、高收入群体中很显著，C 类则多见于低学历、低收入群体。关于电视剧文本，B 类电视剧以美国喜剧、警匪剧和香港警匪剧为主，一些中国境内和日本警匪剧也属于 B 类。如前所述，喜剧和警匪剧属于同一种口味偏好类型，是由于两者都体现了时髦和酷劲儿，把紧张和幽默结合起来，这需要观众具有相当多的文化资本（即知识和专注）。

值得注意的是，许多韩剧和台剧属于不合逻辑的情感偏好型（C）。这与以前的一种被广泛认可的观点——对精致文化口味的需求导致了韩流在中国的流行——相悖。鉴于《顺藤而上的你》和《美丽人生》这样的韩剧属于 A 类型，可以更有说服力地表明从前的研究结

最后，他们被大量信息和多种世界观包围。这一代人是当代中国社会经济快速发展的写照。他们过去总被看做“小皇帝”，但是现在却承担了他们的父辈没有承担过的责任，例如买房。

^① 指多于 140 个汉字的评论。

^② 指少于 140 个汉字的评论。

论可能是错误的。

本研究表明：中国观众不是同质化的收视群体，他们对文化消费拥有不同的口味偏好。本研究根据各个电视剧的文本特点如叙事方式和情节发展，阐释了中国观众如何形成不同的口味类型。最后，本研究还揭示了韩剧属于哪种口味偏好类型，虽然这并不是本研究的目标。我们发现，喜欢韩剧的观众与喜欢美剧的观众相比，具有截然不同的社会经济背景。这说明，我们需要发展一种新的视角来理解韩流。

附录：中国和各地区电视剧目录（图 1 的个别电视剧介绍）

1. 中国境内电视剧

编号	汉语	韩语	导演	编剧	类型	内容
1-1	潜伏	잠복	姜伟 付玮	姜伟 林黎胜	犯罪 谍报	共产党秘密组织在国民党组织内潜伏发生的谍报剧
1-2	北京爱情故事	북경러브스토리	陈思成	陈思成 李亚玲	青春 现实	不同家庭背景的三个大学同学的苦恼和希望
1-3	媳妇的美好时代	며느리의 아름다운 시절	刘江	王丽萍	青春 现实	护士和摄影家的独特的婚姻生活
1-4	步步惊心	보보경심	李国立	桐华 王莉芝	古代 穿越	回到清朝的女一号跟王子的爱情故事
1-5	裸婚时代	나혼(맨주먹 결혼) 시대	滕华涛	月影 兰析	青春 现实	穷男人跟富女人裸婚的故事
1-6	我的青春谁做主	나의 청춘은 누가 결정해	赵宝刚 王迎	高璇 任宝茹	青春 现实	三姐妹的不同婚姻生活
1-7	金太狼的幸福生活	긴타로의 행복한 생활	余淳	娟子	家庭	与婆家人和娘家人住在一起发生的家庭故事
1-8	心术	Angel Heart	杨阳	六六	医疗	神经外科医生和护士治病救人的故事
1-9	(新)三国	(신) 삼국	高希希	朱苏进	历史	翻拍《三国演义》的电视剧
1-0	家, N 次	다혼가족	王迎	胡非子	家庭	再婚家庭里所发生的父

	方				爱情	子兄弟间的纠结故事
--	---	--	--	--	----	-----------

2. 台湾电视剧

编号	汉语	韩语	导演	编剧	类型	内容
2-1	意难忘	의난망	王为	李宁儿	家庭	两代家庭之间的故事
2-2	廉政英雄	엄정영웅	孙树培	李信邦	犯罪	检察官的工作中发生的故事
2-3	转角遇到爱	사랑을만나다	唐迪 林合隆	柴智屏	青春 偶像	没落家庭的女主人公跟以前的朋友见面发生的爱情故事
2-4	泡沫之夏	거품의 여름	江丰宏	林其乐 明晓溪	青春 偶像	两个孤儿生死别离的爱情故事
2-5	我可能不会爱你	널 사랑할 리 없어	瞿友宁	徐誉庭	青春 偶像	男女同学谁先谈恋爱的打赌
2-6	家有四千金	딸만 넷이야	欧阳升	朱永昆	家庭	有四个女儿的父亲找女婿的故事
2-7	终极一班	중극일반	柯政铭	龚敏惠 蔡秋仪	学院 科幻	在校园发生的青春男女的爱情故事
2-8	醉后决定爱上你	술김에 한사랑	陈铭章	陆亦华 简佑玿	青春 偶像	喝醉后冲动办结婚证的男女的故事
2-9	美丽俏佳人	아름다운여자			青春 偶像	大学毕业的三个青年为幸福的奋斗与挫折
2-0	粉爱粉爱你	너를너무사랑해	刘俊杰	陆亦华 简佑玿	青春 偶像	穷少女和化妆师之间的爱情故事

3. 香港电视剧

编号	汉语	韩语	导演	编剧	类型	内容
3-1	金枝欲孽	금지욕열	戚其义	周旭明	后宫 历史剧	清代后宫之间的暗斗
3-2	潜行狙击	잠행저격	庄伟建	欧冠英	犯罪 谍报	秘密警察和情报员跟 犯罪组织对峙的的犯 罪电视剧
3-3	读心神探	독심신탐	徐遇安	薛家华	犯罪 时尚	学了美国犯罪心理学 的警察和精通相面术 的警察的故事
3-4	法网狙击	법망저격	文伟鸿	汤建萍	犯罪 家庭	律师哥哥和警察弟弟 合作扫荡犯罪分子 的故事
3-5	雷霆扫毒	뢰정소독	林志华	梁恩东	犯罪 家庭	毒品调查科警察为洗 刷罪名，检查毒品组 织的故事
3-6	幸福摩天 轮	행복마천륜	方骏钊	陈静仪	青春 偶像	侦探公司职员跟委托 人找离散家属的故事
3-7	名媛望族	명원망족	庄伟建	欧冠英	家庭 时尚	有四个妻子的律师家 庭的财产和爱情争夺 战
3-8	当旺爸爸	당왕파파	梅小青	梁敏华	家庭 喜剧	有三个女孩家庭的 爱情故事
3-9	On call 36 小时	On call 36	潘嘉德	梁恩东	医学 时尚	急诊室实习医生的 成长故事
3-0	万凤之王	만황지왕	庄伟建	李绮华	后宫 历史	清皇室道光皇帝的 爱情和继承、权利斗 争

4. 韩国电视剧

编号	汉语	韩语	导演	编剧	类型	内容
4-1	糟糠之妻俱乐部	조강지처클럽	孙正炫	文英楠	家庭	向出轨丈夫复仇的两个女人的故事
4-2	一千次吻	천번의입맞춤	尹载文	박정란	爱情	离婚女前任国家代表团足球代理人的爱情故事
4-3	梦想高飞	드림하이	李应福	朴惠莲	青少年	想当明星的演艺高中学生的故事
4-4	个人的趣向	개인의취향	孙亨锡	李世仁	爱情	假同性恋男人和对爱情迟钝女人的同居故事
4-5	屋塔房王世子	옥탑방왕세자	申尹燮	李熙明	爱情	太子穿越到 21 世纪的故事
4-6	公主的男人	공주의남자	金郑敏	周正株	历史	政治上的宿敌首阳大君和金宗瑞的两个子女的爱情故事
4-7	城市猎人	시티헌터	陈赫	黄恩庆	犯罪 爱情	铲除社会罪恶的城市猎人的故事
4-8	顺藤而上的你	넝쿨째 굴러온 당신	金亨植	朴智恩	家庭 现实	丢失的儿子搬到附近发生的家庭故事
4-9	美丽人生	인생은아름다워	郑乙英	金秀贤	家庭 现实	在济州岛经营酒店的家庭故事
4-0	清潭洞爱丽丝	청담동엘리스	赵秀沅	金智允 金镇希	青春 爱情	清潭洞的儿媳妇为了克服经济上的困难而奋斗的故事

5. 日本电视剧

编号	汉语	日语	导演	编剧	类型	内容
5-1	花样男子	花より男子	石井康晴	藤本有纪	青春偶像	穷女高中生和财阀继承者之间的爱情故事
5-2	交响情人梦	のだめカンタービレ	武内英树	卫藤凛	青春校园	音乐大学生的成长与爱情
5-3	律政英雄	hero	泽田镰作等	福田靖 大竹研等	犯罪	从不良少年开始成为检察官的主人公的活跃故事
5-4	紧急救命	コードブルー	西浦正记等	林宏司	医疗	急诊实习医生的成长
5-5	X医生	Doctor-X	田村直己 松田秀知	中园美保	医疗	有天赋的自由医生的故事
5-6	白色巨塔	白い巨塔	西谷弘	井上由美子	医疗 现实	医生之间的帮派斗争
5-7	大姐头	anego	吉野洋等	中园ミホ	恋爱 青春	30代职场女性的工作和爱情的苦闷
5-8	萤之光	ホタルノヒカリ	吉野洋等	水桥文美江	恋爱 青春	谈恋爱经历不够的女一号,有了周围的帮助以后重新开始爱情的故事
5-9	极道鲜师	ごくせん	佐藤东弥等	江头美智留	学院 青春	引导不良学生的热情女教师的故事
5-0	priceless	priceless	古家和尚	古家和尚	剧情 爱情	前途洋洋的工薪阶层一下子到了最低阶层后发现比金钱更重要的东西的故事

6. 美国电视剧

编号	汉语	英语	导演	类型	内容
6-1	老友记	friends	David Crane Marta Kauffman	情景喜剧	住在纽约中央公园附近的六个朋友的故事
6-2	犯罪现场调查	CSI	Anthony E. Zuiker 等	犯罪推理	对在美国大城市发生的犯罪的科学的侦查故事
6-3	绯闻女孩	Gossip Girl	丝黛芬妮·萨维奇 乔什·施瓦兹	爱情	纽约曼哈顿最上流阶层子女的故事
6-4	生活大爆炸	The Bigbang Theory	查克·洛尔等	情景喜剧	四个奇葩科学徒和金发美女的故事
6-5	吸血鬼日记	The Vampire Diaries	凯文·威廉姆森 Julie Plec 等	恐怖 梦幻 爱情	吸血鬼兄弟和少女人类的三角关系的故事
6-6	绝望的主妇	Desperate Housewives	马克·切利等	爱情 喜剧	把城市外环中产阶级的黑暗的部分幽默地解开的故事
6-7	欲望都市	Sex and the City	Darren Star	爱情 现实	纽约 30 代职场女性的自由奔放的生活
6-8	迷失	Lost	J.J. Abrams 等	冒险 科幻	在身份不明的岛莫名其妙的坠落的乘客的逃脱记
6-9	犯罪心理	Criminal Minds	马克·戈登	推理	FBI 行为分析团 profiler 的故事
6-0	绿箭侠	Arrows	格里格·伯兰蒂等	动作 冒险	白天是亿万富翁，晚上拿着弓打猎犯罪分子的英雄故事

参考文献:

- 강승화·임영호·노태민 (2012). 멜로드라마 보는 남자들: 중년 남성의 여성 장르 시청 경험에 관한 연구. 《한국언론학보》, 58, 201~221.
- 김영찬 (2007). 미국 드라마의 대중화와 한국에서의 새로운 미디어 문화 형성. 《커뮤니케이션학연구》, 15(4), 139~150.
- 김은미·서새롬 (2011). 한국인의 문화 소비의 양과 폭: 음니보어론을 중심으로. 《한국언론학보》, 55(5), 205~233.
- 박명진 (1991). 대중문화적 여성체험기술에 대한 재평가: 여성 장르에 대한 새로운 시각. 《한국여성학》, 7, 137~161.
- 박신영 (2010). 텔레비전 드라마 시청자의 성향이 이용 동기, 장르 선호도 및 드라마 몰입 정도에 미치는 영향. 《언론과학연구》, 10(1), 166~291.
- 심두보 (2007). 한류와 한국 드라마, 그리고 여성의 팬덤. 《방송공학회논문지》, 12(5), 414~422.
- 양문희 (2011). 개인성향과 텔레비전 프로그램 유형 선호도의 관계 연구. 《한국콘텐츠학회논문지》, 11(12), 230~240.
- 유세경·고민경 (2006) 한국 TV 드라마의 시청행위와 한국과 한류에 대한 태도 관계 연구: 중국 대학생을 중심으로. 《미디어, 젠더&문화》, 6, 46~76.
- 양종희 (2009). 문화적 취향의 분화와 계급. 《한국사회학》, 43(5), 170~209.
- 이경숙 (2012). 중국의 ‘한드’ 팬덤과 초국적 드라마 수용. 《미디어, 젠더&문화》, 23, 177~209.
- 이영미 (2007). 젊은 시청자 층의 취향 변화, 추리와 웃음. 《플랫폼》, 1, 32~35.
- 정해영 (2009). 《‘미드’ 장르별 한국 시청자의 수용 연구》, 서강대학교 석사논문.
- 최셋별·이명진 (2012). 음악장르, 여가활동, TV 프로그램 선호분석을 통해 본 한국 사회의 문화 지형도. 《한국사회학》, 46(2), 34~60.
- 한신갑·박근영 (2007). 구별짓기의 한국적 문법. 《한국사회학》, 41(2), 211~239.
- 한준·한신갑·신동엽·구자숙 (2007). 한국인의 문화적 경계와 문화적 위계구조. 《문화와 사회》, 2, 29~53.
- 허진 (2002). 중국의 ‘한류’ 현상과 한국 TV 드라마 수용에 관한 연구. 《한국방송학보》, 16(1), 493~529.
- 潘波 (2012). 浅谈电视剧的题材创新. 《当代电视》, 12, 20-22.
- 陈阳 (2004). 电视剧生产的话语立场及其类型变化发展. 《汉江论坛》, 5, 139-141.
- 单琳琳(2008). 《中国电视剧播出市场探析》. 同济大学.
- 董琪琪(2010). 国产电视剧与受众关系研究. 《东南传播》, 4, 102-105.

- 胡惠林(2012). 《中国文化产业指数报告(CCIDI)》. 上海人民出版社.
- 李胜利(2012). 网络传播对中国电视剧产业的影响. 《编辑学刊》, 2, 29-33.
- 李丽颖(2009). 美剧的跨文化接受研究——以中国大学生对《六人行》的解读为个案的分析, 《和谐社会, 公民社会与大众媒介》. 中国传媒大学出版社.
- 李琦(2011). 《1990年以来中国电视剧文化研究》. 岳麓书社.
- 李月宁(2008). 《美国电视剧的中国网络受众分析》. 同济大学.
- 刘晖(2011). 从文本角度看电视剧对受众的说服效果. 《中国广播电视学刊》, 7, 47-48.
- 毛阅(2009). 网络视频媒体分羹电视剧市场“还差钱”——以优酷网竞争《我是团长我是团》首播权为例, 《电影评介》, 15, 71-72.
- 荣芳(2011). 《大陆电视剧类型化发展》. 上海师范大学.
- 邵奇(2008). 《中国电视剧导论》. 上海交通大学出版社.
- 宋强(2009). 《电视往事: 中国电视剧五十年纪实》. 漓江出版社.
- 孙法磊(2008). 中美热播电视剧叙事策略分析. 《湖北广播电视大学学报》, 12, 76-77.
- 孙连才(2012). 《文化产业教程/文化产业丛书》. 中国传媒大学出版社.
- 孙志军(2011). 加快推动文化产业成为国民经济支柱性产业.
- 王晶晶(2012). 《中国网络电视剧的传播与营销——基于受众需求的视角》. 安徽大学.
- 文卫华(2009). 新媒介环境下的受众收视特点探析——以美国电视连续剧《越狱》的网上迷群为例, 《中华传媒网》.
- 吴保和(2011). 《中国电视剧史教程》. 文化艺术出版社.
- 谢晶仁、余洋(2013). 《中国文化产业问题研究》. 世界图书出版公司.
- 叶朗(2012). 《中国文化产业年度发展报告》. 金城出版社.
- 艺恩咨询(2012). 《2010-2011年中国电视剧市场研究报告》.
- 尹鸿、马向阳(2010). 话语·身份·景观——从2009年谍剧热看类型电视剧的生产, 消费和意义生成机制. 《电视研究》, 48-52.
- 尹鸿、丁烜(2010). 回顾与展望: 节点上的中国电视. 《采写编》, 4, 26-30.
- 张红军、彭春雪(2010). 论中国网络电视剧的网络化生存. 《现代传播》, 4, 61-64.
- 张胜冰(2012). 《文化产业与城市发展——文化产业对城市的作用及中国的发展模式》. 北京大学出版社.
- 郑祥福等(2008). 《大众文化时代的消费问题研究》. 中国社会科学出版社.
- 仲呈祥(2011). 《中国电视剧历史教程》. 中国传媒大学出版社.
- 周勇、刘梦逸(2010). 试析央视高收视率电视剧的收视特征与受众需求. 《电视研究》, 12, 67-69.

- Bourdieu, P. (1979). *Distinction, critique sociale du jugement*. 최종철 (옮김)(2005, 2006). 《구별짓기: 문화와 취향의 사회학上,下》. 서울: 새물결.
- Bryson, B. (1996). Anything But Heavy metal: Symbolic Exclusion and Musical Dislikes. *American Sociological Review*, 61(5), 884~899.
- Chan, T. W., & Goldthorpe, J. (2007). Social Stratification and Cultural Consumption: Music in England. *European Sociological Review*, 23(1), 1~19.
- Dimaggio, P. (1992). Cultural Boundaries and Structural Change. In Lamont, M. & M. Fournier(eds.), *Cultivating Difference*. The University of Chicago University Press.
- Dimaggio, P. & T. Mukhtar. (2004). Arts Participation as Cultural Capital in the United States, 1982-2002: Signs of Decline? *Poetics*, 32(2), 169~194.
- Lizardo, O. (2006). How Cultural Tastes Shape Personal Networks. *American Sociological Review*, 71, 778~807.
- Peterson, R. A. & R. M. Kern. (1996). Changing Highbrow Taste: From Snob to Omnivore. *American Sociological Review*, 61(5), 900~907.

新闻史研究

传播与安全：思想史的视角

Communication and Security: From the Perspective of Intellectual History

何镇飏^①

中文摘要：在传播思想史上，“安全”始终是一个重要而被忽视的话题。从安全理论的产生与发展开始，伴随着传播技术和传播思想的进步与发展，传播学对安全主题的研究越来越深入，包括拉斯韦尔的个人不安全、李普曼的拟态安全、施拉姆的传播安全史观、麦库姆斯的议程设定，一直到阿什德的媒介制造恐慌。本文通过对传播思想史“安全”主题的梳理，反映了传播学界在这一领域的核心研究成果、理论及其意义。

关键词：安全，传播，思想史

Abstract: In intellectual history, Security is an important topic which has been ignored for a long time. This paper reviews the “Security” theme in intellectual history of communication, from the birth of Security concept, to the development of communication technology and intellect. It covers theories of communication reflecting the key theories in intellectual history of communication, including: Lasswell’s Personal Insecurity, Lippman’s Virtual Security, Schramm’s security in communication history, McCombs’s Agenda Setting for security, and Altheide’s media creating fear.

Key Words: security, communication, intellectual history

^① 何镇飏：浙江大学宁波理工学院传媒与设计学院副院长，教授，研究领域包括媒介安全、媒介伦理、公共关系与公共传播。本文是作者为本刊提供的专论，基于其著作《媒介安全论：大众传媒与非传统安全》改写。

一、安全理论的产生与发展

从词源上讲，“安全”就是“拥有信任、保险和（客观）确定性的基础。”^①孟德斯鸠将安全理解为关于政治自由的概念，认为“政治自由存在于安全之中”^②亚当斯密认为，“自由和个人的安全”是“免于对个人和个人财产遭受暴力侵袭的境界”^③。从这些词源来看，安全就成了与自由秩序和社会一致等价值观相重叠的人的价值。在当代国际关系研究领域，虽然对安全有各种不同的看法，但“安全”概念的实质性内涵至少已经形成一个基本共识：“安全意为消除威胁”^④。这个共识包括了两方面的含义和基本条件：一是没有对原有已承认的价值观构成威胁；二是如果这样的威胁存在，有能力以合理的代价保护自身免于该种威胁，即获取安全。安全其核心是围绕威胁的根源（即造成不安全的原因）、威胁的本质（不安全和安全的领域）、威胁的对象（安全指涉对象、威胁的消除，包括消除威胁的施动者即安全行为主体）和基本手段（即安全的途径）等四个核心问题展开。

政治学对安全的研究由来已久。在封建时代，安全主要指王权的维系。《君主论》中马基雅维利探讨了安全问题，指出：“一位君主最好是既被人畏惧又被人爱戴。不过既然两者兼备是很难的，当两者之一必然有所欠缺时，被人畏惧要比被人爱戴更加安全。”^⑤马基雅维利的态度非常明确，是否爱戴君王的主动权在人民手中，而不是让人民恐惧的主动权却在君王手中，对于君王而言，应该掌控他所能掌控的（被人畏惧），而不是去掌控他所不能掌握的（被人爱戴）。因此马基雅维利得出结论：君王“被人畏惧要比被人爱戴更加安全”。值得注意的是，马基雅维利提出了一个非常重要的观点：恐惧可以被用来进行政治统治。这一发现不仅导致了历史上各类统治阶级运用恐惧来掌控人民，如阿尔巴尼亚当局运用第三次世界大战的恐慌来统治国内民众；希特勒利用“劣等人种”的威胁来发动保卫“雅利安人”的第二次世界大战；布什政府利用美国民众对伊拉克“大规模杀伤性武器”的恐惧，发动了“反恐战争”并推翻了萨达姆政权。虽然布什政府通过宣布伊拉克没有大规模杀伤性武器解除了美国民众的恐慌，但是利用恐惧实现政治目的的意图已经达到。恐怖分子无法实现被人爱戴，但是却可以用非常手段实现被人畏惧，从而使其政治主张得以广泛传播，并提升恐怖组织及其政治观点的“安全感”。

第一本将安全、恐慌（恐惧）与国家结合起来的政治学著作是 17 世纪英国著名政治哲学家霍布斯于 1651 年出版的《利维坦》。和马基雅维利相反，或者说延伸了马基雅维利的观点，霍布斯认为，实现公众的安全即免于恐惧，才是政治的重要任务。霍布斯在《利维坦》第十章中指出：“人们希望安全保障能终生保持，对于这种保障来说，如果他们只在一次战役或一次战争等有限的时期内受某一种判断意见的指挥和统辖那是不够的。因为这时他们虽然能因为一致赴敌而取得胜利，但事后当他们没有共同敌人的时候，或是一部分人认为是敌人的人，另一部分人认为是朋友的时候，就必然又会由于利益的分歧而解体和重新陷入互相为战的状态。”^⑥在这段描述中，人际的和利益的关系是显而易见的。当受到死亡威胁时，在自然状态下的人必然会尽一切所能来保护自己，以求得安全。霍布斯认为保护自己免于暴力死亡就是人类最高的必要，而权力就是来自于这种必要。霍布斯希望一个强大如利维坦的国家和政府能够保护人们的安全，或者使人们免于自然灾害，或者在战争中战胜敌国，保全

^① Bill McSweeney. (1999). *Security, Identity and Interests: A Sociology of International Relations*. Cambridge: Cambridge University Press, p. 27.

^② 孟德斯鸠：《论法的精神》，北京：商务印书馆，1961。

^③ Emma Rothschild. (1995). *What is Security? Daedalus*. Vol. 24. No.3, P.67.

^④ 郑先武：《安全、合作与共同体》，第 48 页，南京：南京大学出版社，2009。

^⑤ 马基雅维利：《君主论》，第 92 页，北京：光明日报出版社，1996。

^⑥ 霍布斯：《利维坦》，第 130 页，北京：商务印书馆，1986。

自身。他的这一思想为“国家安全”理论奠定了基础，也使安全在很长一段时间里，成为国家安全的代名词。假设霍布斯所设想的利维坦式的国家政权能够运用大众传媒来进行信息的发布，那么“国家安全”这一保护公民的安全概念将更深入人心和被受众感知。

1704 年，《安全法案》由苏格兰议会通过，这是安全最早进入国家政府体系（James Der Derian, 1995）。在传统安全观中，“安全”的主体是国家，国家安全的定义是利益取向。政治安全及军事安全一直是国家安全重心的所在，承袭以国家为主体的国际关系体系，保障国家安全的核心就是维护国家主权与国家利益，及维护政治安全与军事安全。以国家中心论建立的国际关系体系，认为国家之间的利益冲突无法避免，军事实力与诉诸武力是维护国家安全的最有效手段，也是确保国家主权和利益的最后手段。所以传统安全观强调军事与政治安全，军事安全成为了“安全”的最高原则，也是确保国家安全的必备手段，其他非军事手段只是为军事目的服务的工具。^①

传统安全观以追求军事安全为最高指挥原则，军事对峙是冷战时代最重要的特征。在冷战两极体系中，美苏两国极力发展军事优势，尤其在 1952 年苏联率先成功发射 Spunki 号进入太空以后，美国和苏联就开展了激烈的武器竞争和军备竞赛，美国的核武器策略由 50 年代的“大举报复”策略转变为“弹性反应”策略。80 年代后美国总统里根提出“星球大战”计划，和苏联开展旷日持久、经费惊人的军事比拼，从而导致 90 年代苏联解体。^②从冷战结束的那个阶段起，军事安全不再是唯一且最关键的安全问题。非传统安全开始取代政治安全与军事安全，成为最重要的安全议题。

二、哲学思想史中的安全及其传播

尼采用他的存在主义模式的谱系学重新评价了对安全的解读。德勒兹认为，尼采不是要挖掘安全价值的深意，而是要打散过去那些无法令人忍受的虚构的定义。^③安全不只是对恐惧的逃离，而是对未来有着深刻的不同的新价值。理解尼采的安全观，先要理解尼采的权力意志，他认为这是先于对安全的理解的。权力意志不同于霍布斯的永久的权力欲望。积极的权力意志，是一种积极而有影响力的存在，从中产生了价值和意义，包括自我保全，并证实生命的存在。安全的行为惯例超越了对生命的恐惧。尼采的安全观进一步突破了前人对安全的理解，他不是个创建者，而是一个颠覆者。恐惧是消极的权力意志的依附，而安全则是积极的权力意志的衍生。

存在主义鼻祖丹麦哲学家索伦·基尔克郭尔（又译为齐克果）在 1844 年发表了《概念恐惧》，“恐惧是梦着的精神的一种定性，就其本身而言它属于心理学范畴”。^④但基尔克郭尔对恐惧的研究并没有仅仅停留在心理学层面，在批判黑格尔关于“罪”的言说时，基氏发现了“罪”与“恐惧”的一个认知逻辑的关系：“罪”的堕落不是意识主体因某种必然性而发生的，而是人在“自由的可能性”之中行罪；那恐惧是那自由的可能性。^⑤诸如，亚当在伊甸园贪食禁果，受引诱而发生性错，这是一种可能性所为；而当他意识到行为有罪时，即产生了一种恐惧。在那个体的人通过那恐惧而被教化向那信仰的时候，那恐惧则恰恰要去消灭它自己所导致出的那些东西。^⑥可以推断出，安全就是一种针对恐惧的“教化”。基尔克郭尔论证了神学的安全作用。罪与恐惧的认知关系证实了人作为意识主体是无法逃避恐惧的。所以，西方文献中将安全、自由、恐惧经常联系在一起，也就不难理解了。

^① 陆忠伟：《非传统安全论》，第 1-2 页，北京：时事出版社，2003。

^② Barry Buzan. (1987). *An Introduction to Strategic Studies*. London: Macmillan. pp. 143-162.

^③ Gilles Deleuze. (1983). *Nietzsche and Philosophy*. Minneapolis: University of Minnesota Press, p.79.

^④ （丹麦）基尔克郭尔：《概念恐惧·致死的病症》，京不特译，第 62 页，上海：上海三联书店，2004。

^⑤ 基尔克郭尔：《概念恐惧·致死的病症》，京不特译，第 240 页，上海：上海三联书店，2004。

^⑥ 基尔克郭尔：《概念恐惧·致死的病症》，京不特译，第 240 页，上海：上海三联书店，2004。

在后现代思想家中，鲍德里亚对安全的理解比较具有代表性。鲍德里亚的安全观不是尼采在安全意志之后的深层次的冲动，而是有代表性的镜中事例。鲍德里亚比尼采走得更远，超越了尼采的“上帝之死”和理性人无能。在鲍德里亚双曲线式的、经常是虚无主义的愿景中，现代性的使命不再是唤醒和去神秘化（如尼采在《偶像的黄昏》中所说，在真实世界里我们也经常废除清晰），在这个意义上，主权国家在面临渗透、去中心化的外力，全球资本、军事（包括民用）监控卫星、国际与国内恐怖主义，电报电传网络、环境保护运动和跨国人权机构，以及其他的力量时，表现得像个无政府主义者那样去维持或者尽可能地扩展其安全和权力。正如鲍德里亚所说：不再是对现实的虚假表征的问题（意识形态），而是隐瞒真实不再是真实这一事实的问题。^①鲍德里亚认为，当今社会，安全已经伴随着权力几乎无孔不入，成为一种虚拟、虚幻的镜中现实。

美国哲学政治学会 2005 年度政治理论最佳新作奖授予了柯瑞·罗宾 (Corey Robin) 的《我们心底的怕：一种政治观念史》(*Fear: The History of a Political Idea*)。在这本著作中，罗宾从政治哲学角度梳理了恐惧的历史，并论述了美国政治对恐惧的利用与疏导。他重点研究了霍布斯、孟德斯鸠、托克维尔和汉娜·阿伦特。他认为：“这四位人物都写了恐惧，并在各个新的政治模式和观念兴起之际给予恐惧特殊的模型——对霍布斯来说是现代国家；对孟德斯鸠，是自由主义的思想体系；对托克维尔，是平权民主；对阿伦特，则是极权主义。”^②

值得我们重视的是，罗宾重点研究了媒体在恐惧与安全方面的立场与功能。一方面，罗宾认为“政治恐惧几乎总能捕捉到某些真正的威胁，极少有恐惧完全是无中生有的。”他举出了紧随 9·11 发生的炭疽粉与媒体的例子。从 2001 年 11 月 5 日事件开始到 11 月底结束，共有 5 个人死于炭疽粉中毒，18 个人受感染。美国政府官员立刻开始寻找迹象证明是中东国家，特别是伊拉克制造了这起事件。只要能从炭疽粉中嗅出中东的味道，官员们就会对这一威胁穷追不舍，而媒体也对此不遗余力、大做文章。在事件爆发的十月，《纽约时报》和《华盛顿邮报》共发布了关于炭疽粉的新闻 1192 条，十一月为 866 条，十二月骤降到了 400 条，而到了次年二月，只有 149 条了。很重要的一点就是，政府在十一和十二月间慢慢发现这次攻击的作乱者可能是个美国人，还有可能与美国军方有关。到了这时，政府已经丧失了对本案的兴趣，而媒体也意兴阑珊。第二年 7 月《纽约时报》发表了题为“炭疽粉？联邦调查局打起了哈欠”的报道之后，就再也没有一张报纸或一家电视台愿意重拾这个话题了。这些圈子里的人谁也不再关心此事，炭疽粉事件从公众话题中销声匿迹。^③通过对该事件的媒体报道的量化研究得出结论，政府和媒体夸大了个人造成的危险而减轻了机构造成的危险。另一方面，罗宾指出了“第二种恐惧”即源自对一个民族进行划分的社会的、政治和经济的层级制度。

三、拉斯韦尔：政治学视角的不安全

拉斯韦尔 (Lasswell) 被施拉姆称为“传播学的四大奠基人”之一，在传播学诞生之前就考察传播与安全的关系。他在 1926 年的博士论文《世界大战中的宣传技巧》中指出：宣传是反对一个交战敌人的行动中的三大工具之一，这三大工具是“军事压力、经济压力和宣传（对暗示的直接作用）”^④把宣传上升到了和军事力量同等重要的高度。他认为宣传可以带来恐慌和仇恨。“对任何社会中占优势的大多数人来说，以安全和和平的名义攻打敌军是足够充分的理由。”战时宣传的主要目的之一是实现本国的安全，而且他用一整章（第九章）

^① Jean Baudrillard. (1995). *Simulacra and Simulation*. Michigan: University of Michigan Press, p. 48.

^② 柯瑞·罗宾：《我们心底的“怕”：一种政治观念史》，叶安宁译，第 36 页，上海：复旦大学出版社，2007。

^③ 柯瑞·罗宾：《我们心底的“怕”：一种政治观念史》，叶安宁译，第 21-22 页，上海：复旦大学出版社，2007。

^④ 哈罗德·D·拉斯韦尔：《世界大战中的宣传技巧》，张洁等译，北京：中国人民大学出版社，2003。

来总结宣传的效果。当然拉斯韦尔所用的宣传是“Propaganda”一词，这个英文单词在今天的传播学中已经很少涉及，并且具有“煽动、政治性”等特殊意义。

《世界政治与个人不安全》是拉斯韦尔1935年的著作，他关注的是国际关系给个人带来的不安全感，当时人们对战争和入侵非常担忧（的确，后来爆发了第二次世界大战）。拉斯韦尔认为：在当时那个时代，个人的“不安全”感是强烈而实在的，个人“身份”的认知是一个主要原因（他认为是国家和阶级明确了个体的身份）。拉斯韦尔指出：“环境可以被那些并不确认符号之间关系的客体，所定义和营造出来。”^①而报纸作为当时主要的大众传播媒体，则能营造这种环境，拉斯韦尔把媒体的这种特性称为“第二接触”（第一接触是移民、旅游与政治态度）。拉斯韦尔指出，人们对本地的接触要比远程的接触更为重视。但是媒体能够把远程的事件变得本地化，“扩展的第二接触可能给国际事件的和平带来危险，因为不安全感可以轻易地被唤起，而宣传不安全可以给本地带来大量的利益。”^②这些观点可以看作拉斯韦尔在《世界大战的宣传技巧》之后，对个体安全的关注，也第一次提出了大众传媒对不安全的宣传可以为自身带来利益，这在一定程度上预示并解释了西方传媒的媒介恐慌现象。

四、李普曼的“虚拟”安全

早期的传播研究者、著名记者李普曼最早探讨了安全与舆论的关系。“国家安全(National Security)”一词就首次出现在他的《美国外交政策》(1943)中。^③在李普曼看来，安全也是一种“舆论”。外部世界是人们通过媒介建构的一个虚拟的“头脑中的景象”。他认为战时调控舆论的方式延续到了战后，只是无法达到战时的规模。“一个人对于并未亲身经历的事件所能产生的唯一情感，就是被他内心对那个世界的想象所激发起来的情感。”“当然，战争提供了许多这种类型的范例：偶然的事实、创造性的想象、情不自禁地信以为真，这三种因素便会产生一种虚假的现实，导致人们作出激烈的本能反应。显而易见，在某些情况下，人们会像对待现实那样对虚构的东西作出有力的反应，而在许多场合下，他们还会制造这种虚构的东西并作出反应。”^④

通过对虚拟的响应的研究，李普曼提出了“虚拟环境”的新概念。“对于所有这些事例，我们尤其应当注意一个共同的因素，那就是嵌入在人和环境之间的虚拟环境。他在虚拟环境中的表现就是一种反应。然而，恰恰因为那是一种表现，那么产生后果的地方（假如它们是一些行动），就不是激发了那种表现的虚拟环境，而是行动得以发生的真实环境。如果那种表现不是一种实际行动，而是我们简称的思想感情，那么它在虚拟环境中没有出现明显断裂之前，会经历一个漫长的过程。但是，一旦虚拟事实的刺激产生了针对事物或他人的行动，矛盾就会迅速发展，……，会因失调而痛苦。毫无疑问，在社会生活的层面上，人对环境的调适是通过‘虚构’这一媒介进行的。”“直接面对的现实环境实在是太庞大、太复杂、太短暂了，……。虽然我们不得不在这个环境中活动，但又不得不在能够驾驭它之前使用比较简单的办法去对它进行重构。”^⑤

李普曼一针见血地指出了虚拟环境建构的目的之一便是获得安全：“人们如何才能以这种而非那种方式去构想自身的利益呢？通过向往安全、荣耀、统治或者含糊其辞的自我实现吗？人们如何理解安全，……什么是他们想要实现的那个自我的概念呢？……这一事实便是

^① Harold D.Lasswell. (1965). *World Politics and Personal Insecurity*. New York: The Free Press. 1965. p. 22.

^② Harold D.Lasswell. (1965). *World Politics and Personal Insecurity*. New York: The Free Press. 1965. p. 141.

^③ David Baldwin. (1992). *The Concept of Security*. *Review of International Studies*, (5): 23-26.

^④ 沃尔特·李普曼：《公众舆论》，阎克文等译，第10页，上海：上海世纪出版集团，2006。

^⑤ 沃尔特·李普曼：《公众舆论》，阎克文等译，第13页，上海：上海世纪出版集团，2006。

以证明，他们的虚拟环境，世界在他们内心形成的图像，是他们思想、感情和行为中的决定性因素。”^①

李普曼所说的“虚拟环境”就是大众传媒，虚拟环境决定现实感情和行为，是李普曼在舆论学研究中的重大发现。

五、施拉姆的传播安全史观

施拉姆在《人类传播史》中多处涉及到了媒介的安全功能。他认为，罗斯福的“炉边夜话”通过广播使美国人民不再恐惧法西斯的威胁，为美国的公共政策争取到了舆论的支持，这可以被看作是大众媒介发挥安全功能的实例。^②

在《传播学概论》中，施拉姆也多次提到安全问题。“用社会雷达来比拟传播的社会功能还是不错的。一艘船的船长在夜雾中必须知道船的位置：对面是准？岩石和暗礁在哪里？驶向安全港口的航道在哪里？我们大家也必须继续不断监视一年比一年复杂的环境。那是谁？是朋友还是敌人？本地人还是陌生？是危险还是机会？我们深深地需要一种附属感，要有一种属于我们的文化和我们的社会的感受，感到在我们周围的环境和生活方式中有一定程度的稳定和亲近。历史学家阿诺德·汤因比在一个新的地方往往显得极其不自在，除非是在他手里有一张地图并且能确定自己在什么地方。因此，我们每天修改我们的工作地图，在越是不熟悉地点位置和缺乏经验的时候，就越是依赖我们的社会雷达。”^③。施拉姆此处所提到的大众传媒的雷达功能，将在其之后的论述中成为现代的“安全”功能。

施拉姆同样阐述了大众传媒如何影响公众对战争和国家安全的理解。“珍珠港事变发生的时候已经懂事的美国人永远不会忘记一九四一年十二月七日下午，电台正在播送纽约交响乐团演出实况的过程中插进去的一则简短新闻公报产生的影响，不会忘记它使整个社会传播系统一下子亮了起来，使受到震撼的美国人放弃了星期日下午的娱乐活动和追求享受的打算，打破了他们认为美国的安全固若金汤的信念，成为绝大多数新闻报道、闲谈议论、暗自思忖的主题，并且使人们的注意力不可移易地集中于夏威夷珍珠港发生的这一事变而能引起的种种后果之上等这些情况。”^④施拉姆已经意识到，大众传媒已经不仅限于为公众提供信息，而是开始发挥安全作用，将公众的意志引导到国家安全上来。

英国的媒介一向是世界上最“自由”的，英国记者报道的新闻以其真实可信、不受政治控制而著称于世。然而英国的全部广播事业一直由公营企业掌握，直到近年来私营电视机构才在广告的支持下，被允许同英国广播公司同时并存。一个专门的皇家委员会不时要求新闻界对自己的所作所为负责，这个委员会的睿智与公平的决策足以成为所有对媒介进行调查管制的机构之楷模。英国不对新闻做事先的检查，但是新闻记者有时由于写了被认为有害于国家安全的消息因而触犯了官方保密法的时候，也会受到沉重的罚款和徒刑之类的惩处。^⑤施拉姆认为，这是属于社会控制与大众媒介的研究范畴，这位传播学创始人从一开始就没有忽略如何对大众传媒进行必要的管理和控制，从而更好地发挥社会作用的研究。

六、议程设定——舆论背后的安全考量

麦克斯韦尔·麦库姆斯在著名的《议程设置》中指出：舆论可以“制造危机”，“媒介构

^① 沃尔特·李普曼：《公众舆论》，阎克文等译，第21页，上海：上海世纪出版集团，2006。

^② 施拉姆，人类传播史，游梓翔、吴韵仪译，第483-484页，台北：远流出版公司，1994。

^③ 施拉姆：《传播学概论》，第34页，北京：新华出版社，1984。

^④ 施拉姆：《传播学概论》，第108页，北京：新华出版社，1984。

^⑤ 施拉姆：《传播学概论》，第184页，北京：新华出版社，1984。

造并呈现给公众一个拟态环境，而这个拟态环境极大地塑造了公众看待世界的方式。”^①值得注意的是，麦库姆斯发现：公众对犯罪行为的恐惧以及对犯罪作为一个社会问题的关注与媒介议程之间的联系，远远超过了与地方街区、市区或者国家中现实存在的犯罪活动的联系。也就是说，公众对犯罪的关注并不是和现实存在的犯罪活动相关，而是与媒介的报道相关。媒介所报道的安全的程度（或犯罪情况）会直接影响公众的安全感。

1992年，得克萨斯民意调查问及公众“认为国家面临的最重要的问题是什么”。在1992年，只有2%的人提及犯罪；到1993年秋天，15%的人提及犯罪；而到了1994年上半年，三分之一的得克萨斯受访者提及犯罪。具有讽刺意味的是，当公众的关注上升到极高程度时，现实犯罪的统计数字却表明，同期犯罪率实际在下降。很显然，在这种情况下，引起观众关注程度提升的原因可能是新闻媒介的犯罪报道。^②

麦库姆斯还研究了“全国对毒品问题的关注”、“犯罪恐惧”、“发现环境问题”、“惊觉”等领域，并得出结论：我们头脑中的图画有着广泛的来源。在帮助我们认识世界方面，大众媒介的作用尤其显著。“在新世纪里，《纽约时报》专栏作家萨菲尔重新诠释了李普曼的拟态环境观点，他这样简洁地概括现实与新闻的关系：‘在政治中，媒介与公众所广泛感知到的事物是虚拟的真实。’”^③议程设定是大众传播理论中，最经常被用于“安全议题设置”的，也是安全研究所经常涉及的大众传播理论。

七、安全背后的真相——阿什德的媒介制造恐慌

2002年，美国著名传播学者大卫·阿什德（David L. Altheide）出版了《制造恐慌：新闻与危机建构》一书。虽然全书是在9·11之前写成的，但由于出版时正值9·11后全美对恐怖主义的高度关注期，因此该书一经面世即成为当时最具争议性的作品。阿什德在序言中指出：“本书是关于恐慌及其在公众生活中的延展。”阿什德的这本著作耗时十年，是其学术高峰之一。其基本论调和观点是，大众传媒“建构了”恐慌。他认为“大众传媒和大众文化娱乐形式，正通过促销娱乐和恐慌，来实现改变社会预期和日常生活路径。”“记者、社会科学家和其他众多观察家似乎都对‘错误的事物’产生了恐慌”。^④阿什德就想探究这种由他人提供的社会生活中的恐慌，是如何成为公众话语的一部分的。首先，他确定“新闻和大众文化被加入了恐慌。两者都在塑造受众预期和自我表征标准方面起到了举足轻重的作用。”^⑤而大众文化和传播模式是通过改变身份来实现的。首先，在美国和西方，受众与媒体和大众文化有着大量的关联，这通过电视收看时间、电影上映数、音乐和唱片购买量、时装品牌及其他文化活动可以计算出来。其次，大众媒体通过对“身份”的推广来满足个体导向的需求与兴趣，包括：广告、脱口秀，都是告诉公众“你应该成为怎样的人”。最后，通过现在与未来的关联来延展审视社会生活的恐慌。例如最近热映的美国电影《2012》虽然有着环保等一系列积极的主题，但毫无疑问，影片通过对当下与未来的描述，在客观上制造了媒介恐慌。阿什德认为，这种未来的恐慌未必存在，真正获利的是成功推出“产品作为身份”的广告商。

在研究方法上，阿什德通过对“身份的叙述与危机”等话语研究的方法，结合他最擅长的符号互动论和一系列社会学理论，从“恐慌的当务之急”和“传播环境中的恐慌”等多个角度，研究了大众传播和恐慌的关系。^⑥

^① 马克斯韦尔·麦库姆斯：《议程设置：大众媒介与舆论》，第26页，北京：北京大学出版社，2008。

^② 马克斯韦尔·麦库姆斯：《议程设置：大众媒介与舆论》，第67页，北京：北京大学出版社，2008。

^③ 马克斯韦尔·麦库姆斯：《议程设置：大众媒介与舆论》，第38页，北京：北京大学出版社，2008。

^④ David L. Altheide. (2002). *Creating Fear*. New York: Aldine de Gruyter, p. 1.

^⑤ David L. Altheide. (2002). *Creating Fear*. New York: Aldine de Gruyter, p. 9.

^⑥ 阿什德是美国符号互动协会会长，而符号互动学派是传播学研究的重要分支。国际传播学会就有符号互

2006年，阿什德出版了《恐怖主义与恐慌政治》一书，比《制造恐慌》对安全的研究更加深入广泛。在该书中，他重点研究了“大众传媒在社会生活建构中的角色”，探究“作为议程的恐慌”。“娱乐形式、视觉运用、恐慌标识、口号，特别是对恐慌和‘恶魔’框架的强调，提供了大量佐证来解释，恐怖袭击如何造成了恐怖话语的延伸，进而企图进行社会控制。”阿什德用了四年多的时间，查阅了数千份的资料，发现“恐慌是如何被社会化建构、包装，并通过大众传媒展现的，恐慌被政客们和决策者们用以保护我们的名义，从而对我们的生活和文化进行更多的控制。”“这个过程被延伸和加大，娱乐导向的大众文化坚持不懈地给我们更多的事物来恐慌，并趋向不断积累，当事件随着时间推移而被人们淡忘时，又会被新一轮的危机所唤醒，他们为受众提供语境和诠释框架，使人们相信‘我们又一次遇到了’危机，而这次危机仅仅是恐慌分子所给我们的那些延伸。”^①“大众媒体是信息和社会控制最重要的来源，因为它们使恐慌成为我们生活、语言和观点的一部分。”“我的基本观点是，恐慌作为娱乐信息的一部分，是大众文化和新闻的产物，制造利润，并使政治决策者能够通过舆论控制受众。这个过程就可以被称为恐慌政治。”^②

动研究分会。对于阿什德的研究方法以及符号互动学派，国内的研究和介绍都很少。

^① David L. Altheide. (2006). *Terrorism and the Politics of Fear*. New York: Altamira Press, PX.

^② David L. Altheide. (2006). *Terrorism and the Politics of Fear*. New York: Altamira Press, pp. 1-2.

清新师生园地

梁启超欧游与巴黎和会参与身份考证

Research on Liang Qichao's Role and Name in His Attendance to Paris Peace Conference and Tour in Europe

叶雨阳^①

中文摘要：梁启超曾于1918年12月至1920年2月，与蒋方震等一行7人游历了一战结束后的西欧，在法国期间还参加了巴黎和会。本文试图还原梁氏欧游行程中参与巴黎和会的有关事实，考证梁氏参与巴黎和会的身份。通过研究梁启超1918年到1919年欧游的相关史料、法国汉学家巴斯蒂^②查阅的法国外交部档案馆、法国国家档案馆收录的相关资料，以及巴斯蒂撰写的论文，本文的结论是：梁启超确实是以私人身份参与巴黎和会，但由于他之前的公职身份、媒体工作者身份以及政府的关照，使得他在巴黎和会期间接触到的资源远远比普通旁听会议的民众丰富。

关键词：梁启超，欧游，巴黎和会

Abstract: Liang Qichao once traveled around the west Europe in the period of December 1918 to February 1920, with a group of 6 people in his company. During that personal tour as he defined it, he attended Paris Peace Conference. This paper tried to present the historical facts of Liang's attendance to the conference and his stay in France, particularly in what name he attended the conference. The materials are mainly biographies of Liang Qichao, Liang's letters and other related historical records. Moreover, this paper has also looked at French sinologist Marianne Bastid-bruguière's research and the material she found in the French Ministry of Foreign Affairs Archive and the French National Archive which were very valuable. The conclusion of this paper was that Liang did attend the Paris Peace Conference in his own personal name. Due to his earlier government officer and newspaper worker identity, it was natural that what he could see and get from the conference exceeded ordinary people greatly.

Key words: Liang Qichao, the European tour, Paris Peace Conferenc

^① 叶雨阳：清华大学新闻与传播学院硕士研究生。

^② 巴斯蒂教授（Bastid-bruguière），被学界尊称为巴斯蒂夫人。法国高等师范学院教授、法国国家科学研究院研究导师、名誉教授。法国研究中国近代史的著名学者，欧洲汉学会会员，是欧洲科学院院士、法兰西学院人文及政治学院院士及副院长、巴黎文献学院学术委员会委员、国家科学研究院近现代世界史部名誉研究员，还曾担任过巴黎高等师范学校副校长、欧洲汉学会会长等重要职务。

梁启超曾于1918年12月至1920年2月，与蒋方震等一行7人，共同游历了一战结束后的西欧（主要是英国、法国、德国），其间在法国总计停留时间最长，并参加了巴黎和会。在旅欧期间，梁启超的主要著作是其于1919年冬在巴黎郊区的白鲁威（Bellevue）完成的欧洲游记《欧游心影录》和其他一些零散文论。

学术界普遍认为，此次欧游对梁启超的思想有重大影响，对他人生最后十几年的思想主张、政见、对东方与西方文明的再认识等都产生了很多影响（如一扫之前对中国文明的悲观情绪、不再迷信“科学万能”）。现有的研究主要集中在对于梁氏欧游前后思想观点改变的分析上，但对梁启超在欧洲期间的具体经历、所闻所见的研究、考证较少。并且这些研究基于的材料多是梁氏自己的游记、报刊撰文等，来自国外方面的资料较少。对于梁启超到底以什么身份游历法国、参与巴黎和会这一问题，已有的论文尤其缺少考证，在学者中也没有形成定论。

法国汉学家巴斯蒂在查阅了法国外交部档案馆和法国国家档案馆收录的一些史料后，对这一问题提出了自己的看法。她指出，梁启超在欧洲、尤其是在法国的游历经历，实际上并不像他自己描述的那样光鲜亮丽，所受到的高规格接待也并非是其游记和书信中呈现出来的“单凭他自己的个人名望”就能获得。

本文通过研究梁启超1918年到1919年欧游的相关史料和巴斯蒂引用的资料后发现，梁启超在巴黎和会期间确实是以私人身份参与。但由于其之前的公职身份、知识分子身份以及政府的关照，使得他在和会期间接触到的资源远远丰富过普通身份的个人。

巴斯蒂的研究结果与国内大部分研究基调上的差异或许有跨文化解读上的原因，但她所获得的藏于法国外交部档案馆的史料却非常珍贵。本文试图从《欧游心影录》、梁启超在欧洲期间的书信以及其他国内资料出发，结合巴斯蒂的研究和她在法国外交部档案馆以及位于巴黎的法国国家档案馆找到的史料，借以还原梁启超欧游过程中在法国的具体经历，重点解决以下问题：梁启超是以什么身份游历法国、参加巴黎和会的？我们在国内报刊、书籍中看到的说法与法国方面的记载有何出入？勾画出的图景有何差异？力求最大程度地还原历史事实。

一、欧游的背景

1917年，中国经历了孙中山领导的护法战争、短暂的张勋复辟以及段祺瑞在北洋政府重新掌权等一系列重大政治事件。同年，世界正经历着以欧洲国家为主战场的第一次世界大战，时任段祺瑞政府财政总长的梁启超主张：中国应该对德宣战，以利于战后提升中国的国际地位与形象。但当时战况并不明朗，他的这一主张也遭到舆论的一致反对。^①

1917年11月，梁启超辞去财政总长职务退出政坛，此后一年里，梁启超闭门谢客，专心致力于中国通史的写作，并为女儿讲解国学源流。^②1918年秋，由于积劳成疾大病一场，梁启超听从朋友的建议开始读佛教经典，并在这一年中开始筹备赴欧洲游览和考察事宜。

1917年至1918年间梁启超的个人经历和时局变化，可看作1918年12月梁启超一行启程赴欧的大背景。

二、启程前的准备

梁启超的欧游历时一年有余，又以在法国停留的时间最长。在这个过程中，他参加了巴

^① 解玺璋：《梁启超传（下）》，第180-183页，上海：上海文化出版社，2012。

^② 丁文江、赵丰田：《梁启超年谱长编》（以下简称《长编》），第553-554页，上海：上海人民出版社，2009。

黎和会，数次与国内通电文沟通，以告知和会上与中国有关的信息（如得知山东主权成了日美之间的交易后，致电时任总统府外交委员会事务主任的林长民和外交委员会委员长的汪大燮）^①；也游历了战后的德国，并且到荷兰、瑞典、意大利等地游览。在这些经历中，既能看到一个旅行者的新奇与感悟，也能感受到他对于国家利益、开启民智的义不容辞。因此，弄清楚任公此行究竟是以什么身份出游（尤其是以什么身份访问巴黎和会的召开地法国）尤为重要，也是了解并还原梁启超在欧洲期间经历的钥匙。

梁启超始终将自己的欧洲之行定位为“私人游历”。在1918年12月10日写给长女梁思顺的信中，他提到，“吾度此闲适之岁月，恰仅一年，欧战既终，遂使我不复能自逸，今当西游，已决乘横滨丸于本月廿九日自上海首途取道印度洋地中海，直趋法国……”，在退出政坛的一年当中，梁启超早已有了游历欧洲的打算，只是一直没有合适的机会。在同一封信中他还提到：“此行全以私人资格（经费殊不充，公家所给尽六万，朋旧馈赠约四万耳），不负直接责任，然关系当不小。近数日来陆使在日本闹笑话，舆论哗然，复有将我资格化私为公之议，然吾殊不欲也。”^②从信上看，梁启超是说自己虽然受到政府的资助，但前往欧洲游历还是个人行为，至于“关系不小”的事件，则指日后的巴黎和会。同时他也考虑了到达欧洲后，此行有“化私为公”的可能，但这一情况终究并没有发生。

解玺璋在《梁启超传》中的叙述也有印证。梁启超在退出政界之初就有游历欧洲的打算，一直未能成行的主要原因是“旅费一直没有着落”。第一次世界大战结束给了梁启超一个契机，作为战胜国，中国方面需要派代表前往法国参加巴黎和会，商讨战后事宜。

包括巴斯蒂在内的一些学者认为，梁启超的欧洲之行并非私人游历，带有公务在身，是参加巴黎和会的中国代表团的官方或民间代表。^③理由之一是在前往日本乘船之前，梁启超在北京几次会见了时任北洋政府总统徐世昌，徐为其提供了6万元旅费。

在《梁启超传》一书中，作者提到梁氏“经过多方周旋与接洽，得到一个以私人资格，其实是赴巴黎和会代表团非正式顾问的身份前往欧洲的机会”。^④在世界大战结束后，梁启超和林长民建议徐世昌成立巴黎和会外交委员会，徐世昌最终接纳了他们的建议，并任命林长民为该委员会的理事长。^⑤委员会成立后，林长民向徐世昌进言，获得批准，让梁启超以中国代表团会外顾问和记者的身份赴欧洲参与巴黎和会，^⑥给了他们一个“欧洲考察团”的名义。^⑦

当时的报刊对这些活动都有密切的关注。1918年12月10日的《申报》刊登了《梁任公将赴欧美游历》一文，介绍了梁启超启程的初定时间和相关事宜，并称“梁氏以个人资格前赴欧洲，早已决定，日前来京趋谒东海，接洽数次，并与驻京外交团周旋一切，现事已完竣……”。1918年12月17日报道了梁启超写《为请求列席平和会议敬告我友邦》一文并发表于《公民报》的消息，同一天《国民公报》也发表了梁启超的《关于欧洲和会问题我舆论之

^① 解玺璋：《梁启超传（下）》，上海：上海文化出版社，第189—190页。

^② 穆卓主编：《宝贝，你们好吗：梁启超爱的教育，给孩子们400余封家书》，第206页，太原：山西人民出版社，2012。

^③ 金冲及、陈匡时：《论梁启超》，见《中国近代人物论丛》，第153页，上海：三联出版社，1965。（认为梁启超是官方代表团成员）耿云志、崔志海：《梁启超》，见《中国近代人物论丛》，第329-330页，上海：三联出版社，1965。（认为梁是民间代表）

^④ 解玺璋：《梁启超传（下）》，第186页，上海：上海文化出版社，2012。

^⑤ 刘炎生：《梁启超》，第77页，广州：广东人民出版社。

^⑥ 刘祥福，实元：《梁启超与巴黎和会》，《历史教学》，1983（1）：25-27页。

^⑦ 张朋园：《梁启超与民国政治》，第152页，台北：食货出版社，1981。

商榷》一文。12月26日《申报》又报道了梁启超在北京对时局发表的两项主张：“梁启超到京宣示两主张，欧战议和主促陆使早行，先赴美交换意见，再至欧。”^①

但另一方面，从巴斯蒂提供的法国方面的文件看，梁启超1918年12月在京见到了美、日、英的外交官，但没有见过任何法国外交人员，即他没有把自己即将到访巴黎一事通知公使馆。此时，前任交通次长、徐世昌总统的顾问叶恭绰已经被北洋政府正式派往法国考察工商业，中国外交部也将此事照会了法国驻华公使。^②这次照会并没有向法国外交部提出梁启超的到来。其后的巴黎和会中国代表团，除去全权代表两人（按照规定中国只有两个席位，但中国当时实际派出了五人），还有几十人的代表团，梁启超的名字也不在随团代表之列。在1919年2月5日，全权代表之一的陆征祥和中国驻法公使胡惟德方才照会法国外交部，告知梁启超即将到来。他们向法国外交部解释梁启超是和叶恭绰同来，梁氏是一位中国的高层人士，希望法国当局给予他们妥善的接待，在巴黎和法国其他地区安排一些可以让他们搜集资料的参观访问。^③后来梁启超在法国居留期间，也是在叶恭绰的陪同下出现的。因此对于法国当局来说，梁启超是作为官方使团的一员而非私人游历者出现。^④法国外交部前驻北京公使、时任驻丹麦大使康悌（Alexandre R. Conty）也为政务司长草拟了一份意见书，赞誉了梁启超的重要性，并拟出了接待计划。

综合这些材料可以看出，梁启超希望自己的欧游是以私人身份对欧洲各地进行考察，但出于自己的名望、影响力和政治资本，他也希望在满足自己求知欲望的同时为国家谋求利益，并能得到北洋政府的支持。也正是由于其名望和影响力，使得他的出行必定得到中国和法国官方的注意，加上有中国政要的陪同和引见，所到之国将其当作官方使团也在情理之中。

三、精心挑选的同游旅伴

与梁启超同行的有六人，他们一行七人并非简单的“结伴游玩”性质，而是个半官方性质的“欧洲考察团”，其中几位成员都身兼公务。蒋方震、刘崇杰和张君勱是梁启超的老朋友，杨维新是录事随行，同时在1919年赴英国前是“考察团”的务；徐新六曾在财政部与梁启超共事，后在中国银行工作，受梁启超邀请作为考察团内财政经济顾问；丁文江的加入则由于当时梁启超希望考察团内有一位自然科学方面的专家，后经徐新六介绍结识了丁文江。

在这个七人团体中，刘崇杰是奉命出席巴黎和会的中国代表团专门委员，地质学家丁文江受农商部派遣前往欧洲考察，徐新六被任命为巴黎和会赔款委员会中国代表和中国代表团专门委员。在旅伴的挑选上，梁启超注重每个人在语言和专业上的优势，希望能给欧洲之行更多收获。此外，当时北洋政府还派出了学界考察团前往巴黎，而梁的七人“考察团”，是一个不折不扣的“学界精英群体”。^⑤从表1中能看出，随梁启超赴欧的六人都是青年才俊。

对于梁启超赴欧的随行人员从最早确定的蒋方震、张君勱、徐新六三人，逐渐增加到最后的七人团体，以及其到达欧洲后发生的重要事件，《申报》、《晨报》等当时的报刊都进行

^① 参见《长编》第561-562页引用的《申报》文章。

^② 巴斯蒂所引用的1918年12月19日柏卜（Boppe）公使致外交部长毕盛的文件，见外交部档案馆（巴黎）：《卷宗E.中国档》（Serie E. China，下文转引时简称AE,EC），卷2，第1—2页。

^③ 见AE,EC，2/3—4，亚历山大·康悌（Alexandre R. Conty）于1919年2月5日就中国政见人物和作家梁启超先生游历法国一事所陈意见书。

^④ （法）巴斯蒂：《梁启超1919年的旅居法国与晚年社会文化思想上对欧洲的贬低》，见《梁启超与近代中国社会文化》，李喜所主编，天津：天津古籍出版社，2005。

^⑤ 方汉奇：《谁采访了巴黎和会》，《国际新闻界》，2007(8)：63-68。

了报道。^①从这个细节可以看出，梁启超虽然退出了政坛，但在当时社会上依然有极大的影响力，而随行六人的欧游，也都带有各自的目的性。

表 1：梁启超欧游随行六人情况简表^②

姓名（字）	赴欧时年龄 （按归期为 1920年计）	早年留学经历	擅长外语	擅长领域	有无公务
张君勱	32	日本、德国	日语、德语	政治	有
蒋方震（百里）	37	日本、德国	日语、德语	军事	无
徐新六（振飞）	29	英国、法国	英语、法语	经济	有
丁文江（在君）	32	日本、英国	英、日、德、 法语	地质	有
杨维新（鼎甫）	32	日本	日语	教育	无
刘崇杰（子楷）	39	日本	日语、德语	外交	有

笔者认为，上表从侧面印证了梁启超的法国之行既不完全是他自己所提的“私人出游”性质，亦不是正式受官方派遣的公务性质，而是一位“上流、爱国人士的出游兼考察”，带有强烈而明确的政治目的与学术目的。

梁启超在著作中曾谈到其欧游目的。他在《关于欧洲和会问题我舆论之商榷》^③一文中说：“鄙人今有欧行，虽纯属私人汗漫之游，亦诚欲邮达吾国民多数所希望，诉诸彼都舆论，以冀为当局之助。”在后来的《欧游心影录》中，梁启超也提到：“我们出游目的，第一件是想自己求一点学问，而且看看这空前绝后的历史剧怎样收场，拓一拓眼界。第二件也因为正义人道的外交梦。以为这次和会，真是要把全世界不合理的国际关系根本改造。立个永久和平的基础，想拿私人资格把我们的冤苦，向世界舆论伸诉伸诉，也算尽一二分国民责任”。^④

四、旅法期间受到的接待

梁启超的此次欧游，在法国停留的时间最长。他于1918年12月29日从北京出发，1919年2月11日抵达伦敦，在伦敦停留一周后，2月18日到达巴黎，此时会议已经“恰巧开满了一个月”。^⑤2月18日到3月7日在巴黎，参加巴黎和会以及期间的一些沙龙、聚会，3月7日从巴黎出发考察一战的战地，完毕后回到巴黎，再前往英国。在英国停留一个月后仍然返回巴黎，再从巴黎前往荷兰、瑞士等地，游毕返回巴黎停留了两个月（10月到12月），《欧游心影录》也主要是这两个月在法国完成的。12月10日起去德国游历了一个月，1920年1月11日回到巴黎，开始准备回国。^⑥17日从巴黎到马赛，1月22日乘法国邮船归国。^⑦

^① 《晨报》、《申报》、《国民公报》等报刊对此都进行了一系列跟进报道。如《晨报》1918年12月1日的《梁任公赴欧所闻》、12月19日的《梁任公赴欧之形成》、1919年1月27日《梁任公二月二日抵巴黎》等，《国民公报》1918年12月5日《梁任公出京有期》，12月24日、25日《在协约国民协会之演说词》等。

^② 参见宋雪：《还原现场——异域旅行与〈欧游心影录〉的写作》，《汉语言文学研究》，2013（1）：51~70。

^③ 刊于1918年12月17日的《国民公报》。

^④ 梁启超：《梁启超游记：欧游心影录，新大陆游记》，49页，上海：东方出版社，2012。

^⑤ 同上，81页。

^⑥ 见《长编》563页。

^⑦ 见《长编》576页。

2月18日到3月7日之间,梁启超参与了巴黎和会,丁文江对此的说法是“少留观察和会情况,并代表中国舆论之鼓吹”。^①

在法国一方,时任外交部长对康悌呈上的意见书以及草拟的接待计划进行了批复,并按照康悌的计划进行布置(包括在爱丽舍宫和外交部设宴招待)。此外,康悌还利用自己的私人关系,知会了当时法国外交部负责对华事务的大总管菲利普·伯特娄(Philippe Berthelot),伯特娄后来安排梁启超参加了梅纳尔—多利安夫人的沙龙——根据巴斯蒂的说法,这是“当时的巴黎上流社交圈有影响力的沙龙”。^②梁启超在沙龙中见到了众多想见的名流人士,包括法国哲学家柏格森。

巴斯蒂查阅了法国档案馆中收录的当事人信件和公函,从这些一手资料中,她认为法国当局在当时给予梁启超的高规格接待主要得益于康悌的建议和外交部的安排(使得梁启超在法国期间的确会晤了众多法国名流),并且上流人士对于梁启超的友好态度也只是出于礼貌和法国社交的惯例,除此之外并无特别的内容和特别的兴趣。^③

梁启超初到巴黎与法国外交部方面接洽时,提出了自己的会见期望,列出了希望会见人员的名单。他想要会见的是“当时法国政界和军界的所有大人物”。巴斯蒂认为,这种要求绝非一个私人旅行者的姿态。康悌和法国外交部诸司热忱招待了梁启超,部分原因也是康悌将梁启超的考察团当做北洋政府派出的“力求达到一些实际目的”的使团(陆征祥的使团在他看来则是“堂皇的外表”)^④。巴斯蒂认为梁启超的这些要求与表现出来的姿态,更强化了法国当局对其官方身份的判断。

在梁启超的叙述中,也较为详细地讲述了2月到6月在欧洲期间(尤其是在法国)会见的众多法国名流,用他自己的话说,是:“法国方面之名士,已见者殆十之七八,最多见者则政治家及哲学文学家也。”学者之家举行的茶话会也“有约必到”。^⑤而会见这些名流本来也是梁启超欧游的一大目的。

综合两方面的记录,梁启超在法国期间接触到了很多政要、文学家以及哲学家,与他们的交流会谈对于他归国后的思想也产生了不少影响。虽然这些法国名流对于梁启超的友善,并不一定如他自己认为的那样是出于“友谊”。

在巴黎和会期间,梁启超在巴黎停留了大半个月,观察会议的情况。《欧游心影录》中有专门的“巴黎和会鸟瞰”一章,主要介绍了和会的主体国家(包括战后独立的很多东欧小国)、重要人物(和会“三巨头”)、主要议题以及会议进行过程中包括语言、接待规模、新闻报道在内的琐事。不过会议的“除了各专使(即全权代表——笔者注)和秘书以及美国额定的报馆访事外,别的人都不允许旁听”,因此任公并没有接触到会议讨论的核心内容。

从3月到6月,梁启超在法国以及一战战地的游历和考察都有法国官方派出的随行人员陪同,并且为他支付了这期间所有的差旅费用。虽然对于有些社交场合和茶话会,他也表现出一些厌倦,但梁启超内心更多还是觉得感激。在给弟弟梁仲策的信中,他写道:“惟在法游历有一难题,因其政府招待太殷勤,每出一次必派数员随伴,且旅费皆政府供给,吾受之

^① 见《长编》563页。

^② 两封书信来源为:AE,EC,2/25—26,1919年2月28日徐振飞致康悌函;AE,EC,2/27—29,1919年3月2日康悌致伯特娄的私函。笔者认为这两封书信可能既包含了对沙龙本身影响力的描述,也提到伯特娄介绍梁氏进入沙龙这一上流社交圈等内容。

^③ (法)巴斯蒂:《梁启超1919年的旅居法国与晚年社会文化思想上对欧洲的贬低》,见《梁启超与近代中国社会文化》,李喜所主编,天津:天津古籍出版社。

^④ AE,EC,2/27—29,1919年3月2日康悌致伯特娄的私函。

^⑤ 《长编》,567页,引用的1919年6月9日梁启超写给弟弟梁仲策的介绍几个月来自己状况的长信。

滋愧，因此颇沮游兴也。”^①巴斯蒂觉得梁启超的游记连同书信给人的印象是“在法国受到的官方照料不仅令他感到拘束，而且多余。因为单凭他个人的资历和名望就足以为他敲开所有的大门”。在这一点上，巴斯蒂或许是过度解读了。从任公的信中可以看出，他对法国政府的招待并不是觉得殷勤过头，而是觉得私人游玩却受到官方如此优待，内心有些愧疚。

这些材料再一次佐证了他作为重要人物游历欧洲的身份。欧游期间，巴黎是梁启超的“总据地”，不管是前往欧洲其他地方游历的间隙，还是最后的返程，他都先回到巴黎再动身。年谱说他旅欧期间为舆论奔走鼓呼，主要形式是撰文、演讲以及向国内发电报告知会议情形（其电文都被报刊转载而为民众所得见）。他的撰文和电报，对于国人了解和会情形（尤其是有关山东问题的决定）以及国内五四运动爆发、北洋政府迫于群众压力而拒绝在合约上签字都产生了很大的影响。同年四月，国内成立的国民外交协会也委托梁启超向和会传达了民众的声音。^②

此外，在欧游期间，“考察团”中七人也不总是同时行动。如1919年3月，梁启超从巴黎出发游历法国南部战地时，张君勱正在伦敦参加国际联盟研究会的活动，丁文江去洛林调查矿业，都没有与梁启超同行。在巴黎，丁文江曾到法兰西科学院旁听，不久后又到伦敦参加英国皇家学会的会议，都是一个人前往。^③因此七人的欧游，也是各自怀有自己的目的，按照自己的兴趣安排行程。回国以后，虽然早已退出政坛，梁启超也向时任总统徐世昌汇报了欧游经过，谈论了自己关于山东问题的意见与看法。^④

五、结语

综合梁启超的《欧游心影录》、旅欧期间与家人的书信往来、向国内发来的电报，以及后来的传记、同行人员的回忆录以及法国外交部当时的文件、公函和信件，可以基本梳理出其欧游的情形。

梁启超的欧游，确是以私人身份的游历。但由于梁氏本身在中国政界和文坛上流人士的地位，报业知名人士、前任财政部长的身份（其出游、会晤北洋政府总统、在颐和园与政界人士举行茶话会并发言等一系列活动都为当时媒体所报道，因其符合新闻性中“重要性”的原则），即使私人的活动，也带上了公共事务的烙印。况且梁启超有着对国家与民众巨大的责任感，出游的目的除了使自己开阔眼界，也希望能通过自己在巴黎和会的“非官方”参与，为中国多谋一分利益，并能将所见所感和购买的书籍杂志回国与民众分享（梁启超在科隆采购了大量德文书，1920年离开巴黎时候也携带了众多行李^⑤）。

由于语言、时间、交通、经费以及欧洲不同国家给予的接待规模和日程安排差异等原因，梁启超为期434天的欧游并没有完全达到预期的目的（如在德国停留时间过短，对巴黎和会的参与也未能阻止美日对中国利益的损害），但对于梁启超开阔眼界、重新思考中国文化与西方民主、公民意识、宪政理念等现代精神有重大的作用。私人漫游的内在定位，给予了他吸收不同思想、自由思考和判断的充分空间。事实上，任公并不像巴斯蒂所言，因为在欧洲看到战后的凋敝以及行程后半段在法国遭到“冷遇”而贬低西方文化与精神，只是看到西方政治上的成功得益于包括民众基础在内的众多因素以及中西方文化基础的差异，于是在回国后致力于兴办教育事业以启发国人的“国民性”，进而谋求国家发展。他在人生的最后十几年中，依然为国事、为民众倾尽全力。

^① 见《长编》567页引用的1919年6月9日梁启超写给弟弟梁仲策的介绍几个月来自己状况的长信。

^② 见《长编》566页。

^③ 解玺璋：《梁启超传（下）》，第189、237页，上海：上海文化出版社，2012。

^④ 见《长编》580页。

^⑤ AE,EC 2/66, 1920年1月14日徐新六致法国外交部的气压传送信。

参考文献：

- （法）巴斯蒂：《梁启超 1919 年的旅居法国与晚年社会文化思想上对欧洲的贬低》，见《梁启超与近代中国社会文化》，第 218~237 页，李喜所主编，天津：天津古籍出版社，2005。
- 丁文江、赵丰田：《梁启超年谱长编》，第 553-554、561-563、566-567、576、580 页，上海：上海人民出版社，2009。
- 方汉奇：《谁采访了巴黎和会》，《国际新闻界》，2007（8）：63~68 页。
- 耿云志、崔志海：《梁启超》，见《中国近代人物论丛》，第 329~330 页，上海：三联出版社，1965。
- 金冲及、陈匡时：《论梁启超》，见《中国近代人物论丛》，第 153 页，上海：三联出版社，1965。
- 梁启超：《梁启超游记：欧游心影录，新大陆游记》，第 45、49、81 页，上海：东方出版社，2012。
- 《梁任公赴欧所闻》，载《晨报》，1918-12-1。
- 《梁任公赴欧之形成》，载《晨报》，1918-12-19。
- 《梁任公二月二日抵巴黎》，载《晨报》，1918-12-27。
- 《梁任公出京有期》，载《国民公报》，1918-12-5。
- 刘祥福、实元：《梁启超与巴黎和会》，《历史教学》，1983（1）：25~27。
- 刘炎生：《梁启超》，第 77 页，广州：广东人民出版社，2004。
- 穆卓主编：《宝贝，你们好吗：梁启超爱的教育，给孩子们 400 余封家书》，第 206 页，山西：山西人民出版社，2012。
- 宋雪：《还原现场——异域旅行与〈欧游心影录〉》，《汉语言文学研究》，2013(1)：51~70。
- 解玺璋：《梁启超传（下）》，第 180~183、186、189-190 页，237 页，上海：上海文化出版社，2012。
- 《在协约国民协会之演说词》，载《国民公报》，1918-12-25。
- 张朋园：《梁启超与民国政治》，第 152 页，台北：食货出版社，1981。

清新师生园地

关于叶雨阳的《梁启超欧游与巴黎和会参与身份考证》 以及新闻史研究的一些话题

Discussion on YE Yuyang's Research and Topics Related to Journalism History Research

郭镇之

叶雨阳的这篇习作，是在我的《新闻史研究》硕士生课程上完成的作业。《新闻史研究》课重在研究生史学能力和治史方法的培养和训练，通过研究与新闻传播历史相关的选题，探讨历史和史学观念，培养史料分析批判的方法。我认为，雨阳的这篇作业是一篇研究细致、写作认真的优秀作业。

对学生的课程作业论文，我一直有两个偏好，也鼓励学生这样做：一是必须找自己感兴趣、并有研究冲动的选题；二是题目最好小中见大，以个案研究为宜。我常常看到，学生为了“政治正确”、“意义重大”或者“实用价值高”而选择自己不感兴趣的、有时是导师指定的宏观课题，自己毫无感觉，在研究过程中也未培养出感情，以至于敷衍了事，或者机械地苦作，最终不得善果，浪费了学习机会和宝贵光阴。对此种做法我很不赞同。同时，虽然我并不排斥宏大选题；但小的题目，可以由点及面、深入挖掘，有利于训练学生细致缜密的思维方法。硕士研究生的研究能力还在培养的过程中，过大的选题难以把控。

起初，雨阳感兴趣的选题是欧游前后梁启超思想的变化。上课不久，她就确定了这个大的研究方向，并在整个学期中一直搜集和筛选资料，不断调整选题。史学研究是一个“资料”与“问题”不断“对话”的动态过程，虽然可以粗略分为“史观”、“史料”、“史识”等各有侧重的话题，但确实是资讯与见解不断“融合”、“分析”与“互动”的一个完整过程，很难像科学研究程序般截然分开。在搜集资料时，雨阳发现，学术界对梁启超思想变化的分析研究已经很多，自己的认识难以超越；而通过国外（如来自法国）研究的新资料来源，则可能在史料分析和批判方面下一点功夫。于是，她最终确定了这个具体而不大的题目。

研究中国新闻史的题目，借助国内的资料和研究，较为便捷，但很难出新。雨阳发现的法国学者巴斯蒂对梁启超的研究，则尚未受到新闻传播学界的重视，因而具有一定新意。对于利用国际化的资料来源，当年方汉奇教授就曾有查访利用伦敦不列颠博物馆所藏中国古代“报纸”的经历^①：外国学者和国际史料来源可以弥补中国研究之不足。当然，如果雨阳能够亲自阅读法国文献，得到的内容和启示当不在目前这个数量级上。

就史料方法的运用而言，雨阳的作业不仅立足于公开发表的资料，尤其是梁启超的游记、

^① 参见方汉奇：《从不列颠图书馆藏唐归义军“进奏院状”看中国古代的报纸》，《新闻学论集（第五辑）》，1983（5）。

报刊撰文（亦即“自述”），而且基于不同的他人观点（包括外国发现的资料和研究），通过比较、分析，得出自己的判断和结论。不过，由于缺少细节性的发现、否定和确认，对资料的辨别离精确性的考证方法还有距离。

就文章最终的结论而言，我也有一点不满足：我觉得它不够鲜明。的确，我们在课堂上经常讨论到，史学研究的结论要实事求是、留有余地，不做武断的结论。但是，如果是在扎实的资料基础上，鲜明的结论会更有意义和价值。如果得出的结论不够明确的话，我们需要做的是补充资料或者深入地分析挖掘；而非止步于“暂时只能这样了”的结果。当然，这对研究生的课堂作业而言，是过高的要求了。

下面是对雨阳论文的一些具体意见和建议：

1. 研究的问题可以更直白

雨阳在文章的开篇中提出了问题，说“……对于梁启超到底以什么身份游历法国、参与巴黎和会这一问题，已有的论文中缺少考证，在学者中间也没有形成定论”，此处似应加上一些不同观点的支撑。“法国汉学家巴斯蒂在查阅了法国外交部档案馆和法国国家档案馆收录的一些史料后提出了不同看法”虽然显示“她指出，梁启超在欧洲、尤其是在法国的游历经历，实际上并不像他自己描述的那样光鲜亮丽，所受到的高规格接待也并非是其游记和书信中呈现出来的‘单凭他自己的个人名望’就能获得”，但由于作者并未交代学者对梁启超的身份存在哪些主要的争议，巴斯蒂提出的看法又有哪些关键的不同（“光鲜亮丽”的界定比较虚），读者对雨阳想要研究的问题便不够明晰，对最终的结论也难以产生预期了（事实上，这种不明晰性也体现在最后的结论上）。其实，雨阳完全可以简略地叙述一下中国学者的不同观点，并更直接地提出问题。其实，据我的理解，雨阳文章的主旨是说：梁启超此行带有“半官方”的色彩。

2. 文章的标题可以更鲜明

文章的标题可以更切合研究问题。如目前的“欧游的背景”、“启程前的准备”比较一般化。“欧游的背景”可以突出梁启超的动机，这与他此行的意义及后来的思想变化直接相关；而“启程前的准备”可以更加扣紧研究的问题（梁启超究竟是以什么身份出行）。“精心挑选的同游旅伴”和“旅法期间受到的接待”则比较具体。从介绍的情况看，梁启超更像是以“前政客的私人身份”出行，而接受的待遇也大致是正式和礼节性的，但缺少实质性内容——这完全可以理解。

文中有的注释尚可更简洁一些；但引述巴斯蒂文中的注释应该加上“转引自”，因为本人并未亲见其内容。

3. 结论的表述可以更直接

按照雨阳文章的介绍，巴斯蒂认为，梁启超的游历经历并不像他自己所描述的那样光鲜亮丽，此处“光鲜亮丽”一语意义不明；所受到的高规格接待也并非单凭个人名望就能获得，则比较具体。雨阳可以指出，巴斯蒂的意思是，梁启超突出了他个人作用的重要性；而其实，他的待遇带有很大的“官方礼遇”成分——如果我理解正确的话。

4. 对意义和价值的分析可以更深入

雨阳文章的语言平实，没有爱国主义之类的空话套话；但分析却是可以下更大力气开掘的地方。文中结论指出：“为期434天的欧游并没有完全达到预期的目的……但对于梁启超开阔眼界、重新思考中国文化与西方民主、公民意识、宪政理念等现代精神有重大的作用。”

“并没有完全达到预期的目的”这个结论并不令人意外——知识分子总是抱有较高的理想，常常难以达到期望。而“对于梁启超开阔眼界、重新思考中国文化与西方民主、公民意识、宪政理念等现代精神有重大的作用”这个结论也并不特别新鲜。当然，对中国社会产生了哪些影响，并不是雨阳文章要讨论的问题；但针对梁启超以“前政客私人身份”出访，并受到“半官方接待”，并尝试在国际舞台上发挥作用的故事，挖掘知识分子对思想解放和舆论表达的社会意义和价值，在当今公共外交盛行的时代却是可以大做文章的地方。

清新师生园地

后女性主义、信息技术和全球化： “性别与传播”研究的热点和综述

Post-Feminism, ICT and Globalization: Hot Issues and Review on Gender and Communication Studies

黄雅兰^①

中文摘要：本文对 2008 年以来六本国际核心传播学期刊中关于性别与传播的研究进行了综述。基于对 72 篇核心文献的细读，本文认为受到消费社会的深化、信息传播技术的发展和全球化等影响，近些年的性别与传播研究主要呈现出以下三个重要主题：后女性主义成为流行文化研究的重要内容、信息和传播技术对女性的影响，以及全球化带来的与女性相关的传播议题。除此之外，性别研究与其他传播议题——如健康传播、政治传播——的融合，也是近些年性别与传播研究的重要发展趋势。

关键词：性别与传播，后女性主义，信息传播技术，全球化

Abstract: This article makes a literature review on gender and communication studies since 2008. By analyzing 72 articles from six core journals on communication studies, this article points out that under the influence of consumer society, ICT(Information and Communication Technology), and globalization, three main themes of gender and communication studies emerge: post-feminism and popular culture, ICT and its impact on women, and issues concerning globalization and women. Besides, the combination of gender studies with other communication studies, like health communication and political communication, is an obvious tendency.

Key Words: Gender and Communication Studies, Post-Feminism, ICT, Globalization

^① 黄雅兰：清华大学新闻与传播学院博士研究生。

对于传播学而言,“性别”、“女性主义”等话语已经不再陌生。如果以1977年作为起点(陈阳,2001:59-64)，“性别与传播”研究已有超过30余年的发展历史,在中国传播学界落地生根也已超过十年。进入新千年以来,女性主义运动和思潮在全球的扩散,使得更多边缘地区和文化中的性别现象得到凸显,“后女性主义”等话语的出现使得女性的主体身份和社会地位等问题更加复杂,信息和传播技术(Information and Communication Technology, ICT)的发展和普及也催生了新的性别问题的出现。相比于早期性别与传播研究中三个研究领域的简单划分,即对媒介生产的研究、对媒介内容的研究和对媒介接收的研究,当下的研究无论在研究对象、主题还是方法上,都更加多样和复杂。

本文选取2008年以来《传播学期刊》(*Journal of Communication*)、《新闻与大众传播学季刊》(*Journalism and Mass Communication Quarterly*)、《媒介传播的批判研究》(*Critical Studies in Media Communication*)、《新媒体与社会》(*New Media & Society*)、《欧洲传播学期刊》(*European Journal of Communication*)和《亚洲传播学期刊》(*Asian Journal of Communication*)上所有关于性别与传播研究的论文共72篇,以“性别”(gender)、“女性”(woman, female)、“女性主义”(feminism)、“女性主义者”(feminist)为关键词,在EBSCO大众传媒全文数据库、Sage以及Taylor & Francis等数据库中搜索得到。选择这六本期刊的原因在于:首先,这六本期刊均收入社会科学引文索引(SSCI),且在“期刊引用报告”(Journal Citation Report)所收录的72种传播学期刊中排名靠前,能够代表国际传播学界学术研究的较高水平;其次,从研究方法和研究范式出发,《传播学期刊》和《新闻与大众传播季刊》代表着以量化研究为主的客观经验主义范式的研究,《媒介传播中的批判研究》和《新媒体与社会》则是以诠释经验主义范式和批判范式为主导的文化研究的重要刊物,另外两个刊物则是较为综合类的刊物;另外,从地域属性来看,《欧洲传播学期刊》和《亚洲传播学期刊》分别专注于欧洲研究和亚洲研究,其他刊物则主要以美国为研究对象。

本文发现,近年来性别与传播的学术研究呈现出以下特征:首先,从文化语境来看,“后女性主义”的出现使得女性的主体身份和社会地位更加复杂,催生了新的文化现象和研究议题;其次,从传播技术来看,电脑、互联网和移动通讯设备的发展和普及为女性权力和地位的改变创造了机遇,同时也为性别问题制造了新的探讨和实践场所;再次,信息和技术的全球化以及发展中国家崛起拓宽了学界的研究视野,传播学者开始“向东看”和“向南看”,经济欠发达地区和少数族裔被给予更多关注;另外,从研究方法角度看,以深度访谈和焦点小组为主的质化研究方法依然是性别和传播研究的主流,也是最具反思和批判性的研究方法。

一、后女性主义与流行文化研究

“后女性主义”(post-feminism)是一个有争议的、含义模糊的术语。作为媒介现象的“后女性主义”出现于20世纪90年代末,美剧《艾丽·麦克比尔》(*Ally McBeal*)就是“后女性主义”的重要文化标志(Dubrofsky, R., 2002: 264-284),剧中女主角艾丽·麦克比尔是一位年轻的律师,她经济独立、事业成功,但是情感生活颇不顺利。诸如此类的影片似乎都在强化这样一种当代女性形象:她们穿着入时、我行我素、事业成功,但是只有获得一份圆满的异性恋情感才是真正的成功。这一形象正反映了“后女性主义”的特征:认为女性主义第二次浪潮过度强调了女性受压迫、受歧视的牺牲品地位,认为当代的女性无论在教育、经济、就业还是性等方面都已经有很大的自主权,不再受到性别不平等和权力失衡的制约,当今的女性主义不应再给予集体的政治目标,而应当成为一种个人生活选择(都岚岚, 2008: 55-64)。罗萨琳德·基尔(Rosalind Gill)(2007: 147-166)认为后女性主义最好被理解成一种独特的感觉(a distinctive sensibility),它由许多互不相关的主题组成,例如:将女性特质看作身体的特性而非社会和心理建构的产物,认为女性已经从欲望的客体变为欲望的主体,强调自我

监视、控制和规训，强调个人主义、选择和赋权，以及天然的性别差异的存在等。基尔认为后女性主义话语将女性主义和反女性主义观点混为一谈，后女性主义所倡导的“性感的身体是女性获得身份认同从而获得主导权”的观点，正是父权思想的回潮。

“后女性主义”作为一种流行文化现象出现在电视、网络等各类媒体上，以电视剧、新闻报道、网络幽默等形式表现出来。其中，最典型也是最有影响力的“后女性主义”形象仍然出现在电视剧中。例如尼科尔·考克斯（Nicole Cox）（2012: 149-163）对美剧《布劳沃德县的女警察》（*Police Women of Broward County*）进行了文本分析，她认为电视剧所塑造的女警察形象就是“后女性主义”的代表，这种女警察形象一方面具有进步性——她们在以男性为主导的工作中表现干练、成绩斐然；但同时也强化着刻板印象化的性别角色——她们依然被刻画为金发碧眼的欲望对象，在家庭生活中仍然是家务劳动的主要承担者。就像剧中的女警官彭诺耶（Penoyer）所说：“我和那些男的没什么差别，我也修理坏蛋、没收赃款，我只不过涂着指甲油和口红做这些事儿。”

诸如此类对女性身体的强调还出现在对公众人物的新闻报道中。学者拉里娜·L·约瑟夫（Ralina L. Joseph）（2009: 237-254）认为在“泰拉·班克斯（Tyra Banks）变胖”一事中，媒体的报道和班克斯的回应很好地体现了“后女性主义”主题。班克斯是美国首位黑人超模，成名后转型为媒体大亨，2007年一则“泰拉·班克斯好胖”的娱乐新闻在美国掀起了轩然大波，并引发了媒体对此事狂轰滥炸式的报道，之后班克斯的团队以“那又怎样”为主题进行了反击。约瑟夫认为“身体”是整个事件的核心：在最开始的公关宣传中，班克斯被塑造为邻家女孩、超模、性符号、媒体大亨四种角色，其中前三种均与身体有关；在媒体对班克斯的攻击中，所针对的仍然是其身材发福这一焦点；而在班克斯对媒体的回应中，尽管最初采取了激烈的反种族的和女性主义话语，但后来的回应又重新体现出后女性主义特征——班克斯换上其他的让自己身材显得更好的衣服，不再倡导反击种族和性别歧视，而是退回私人领域和个人认同中，强调“自我满足”（self-esteem）的达成。约瑟夫认为，这一围绕班克斯发生的媒介奇观展现出，在当下的流行文化中，种族和性别变成了漂浮的身份，它们与深层的结构性、组织性和历史性的力量无关，退回成为个人的话语。而这种趋势对于女性主义来说无疑是危险的。

另外，互联网也为后女性主义话语的发展和传播提供了舞台。相比于报纸、电视等大众媒体，互联网的后现代、解构严肃叙事以及倡导娱乐的特征更加明显，搞笑和幽默是网络传播中的重要内容。性别作为传统幽默创造和消费过程中的重要因素（Holmes, J., 2006: 26-50），在网络幽默中也有重要的体现。有学者对150个与性别相关的网络幽默文本进行分析，发现了五种不同的主题：除了“性”、“婚姻”和“金发女郎”这三种传统主题外，还包括“性别差异”和“个人主义与赋权”两种后女性主义主题。诸如“男人来自火星，女人来自金星”等后女性主义话语实，实际上是性别本质论的回潮；而具有批判和反思色彩的女性主义文本，却在网络上大量缺失。网络流行文本成为强化和使性别刻板印象自然化的隐秘而有力的工具（Shifman, L. & Lemish, D., 2011: 253-273）。

正如英国文化研究学者安吉拉·麦克罗比（Angela McRobbie, 2004: 255-264）所说，后女性主义尽管看上去是对女性主义深思熟虑的和善意的回应，但是这一正在成为主流的文化现象却在有力地瓦解着女性主义思想。后女性主义产生于特定的社会和文化背景中，与消费社会的发展、新自由主义等思潮有着密切的联系，因此关于后女性主义的研究也主要集中于欧美等经济发达国家和地区。但这一现象在亚洲的部分经济发达地区——如韩国、日本等——也开始出现，成为学者关注的对象（Lee, C.S. & Park, J.J., 2012: 353-371）。事实上，后女性

主义的文化现象对于当今中国的都市人群并不陌生：女性时尚杂志、偶像剧、消费文化等充斥着当代人的生活，这也为中国性别和传播研究提供了丰富的研究主题和研究素材。

二、信息和传播技术与性别研究

以电脑、互联网和移动通讯设备为代表的信息和传播技术的发展和普及，为 21 世纪以来的全球社会都带来了巨大影响，使得个人身份认同、信息传播方式以及社会和政治活动发生模式都产生了重大变化。从社会发展角度看，在反击种族主义、倡导社会公益以及组织民主运动等方面，互联网更是发挥着重要作用。21 世纪之初，不少学者（van Zoonen, 2001, 2002; Wajcman, 2007）认为信息和传播技术将有力促进女性赋权和推动性别关系的转变，因为网络的扩张性、易接近性和去中心化的本质，将有助于打破传统信息传播体系中的性别差异。在近二十年间，关于互联网和性别的研究呈现出多学科、跨领域研究的趋势，研究者们从身份政治、社会结构等路径出发，对互联网制造出的新的话语空间和话语实践进行了研究（van Doorn, N. & van Zoonen, L., 2008, 261-274）。

从传播过程的划分来看，学者的研究主要集中于两方面：对网络媒介内容的研究和对女性的媒介使用研究，然而这样的划分方式过于笼统。互联网作为一个包罗万象、内部异质性较强的媒介，本文将以具体的网络产品类型作为分类的依据进行综述。总体来看，学者的关注点主要集中于网络游戏和社交媒体使用中的性别问题。

对网络游戏与性别的研究所占篇数最多，或许因为从一开始电脑游戏就被认为具有男性气质偏向（Cassell, J. & Jenkins, H., 1999: 2-45），使得这一性别化空间受到了更多关注。电脑游戏中的人物形象呈现是学者关注的一个重要问题，德米特里·威廉姆斯等（Williams, D. et al., 2009a: 815-834）通过对 4966 个人物角色进行编码和分析后发现，白人、成年、男性是游戏角色中的绝对主体，被过分表征；对女性、西班牙裔、印第安人、儿童和老年人的表现不足。而在网络游戏对女性形象的呈现中，总是强调其性感的身體，如同在电视等传统媒体中一样，女性被置于被凝视的地位，成为“养眼的花瓶”（Jansz, J. & Martis, R.G., 2007: 141-148）。

学者对网络游戏关注的第二个焦点，是不同性别玩家的游戏使用情况。首先关于使用动机，有研究发现女性更多出于社交动因而参与网络游戏，男性更多则是出于成就动因而参与（Williams, D. et al., 2009b: 700-725）；而另有研究发现，在电脑单机游戏的玩家中，女性的比重高于男性，而男性无论在“挑战动机”还是“社会交往动机”上，均表现得比女性更加强烈，这在一定程度上对游戏的性别偏向提出了质疑（Jansz, J., 2010: 235-251）。然而在大型多人在线游戏（Massively multiplayer online games, MMOGs）中，性别差异和性别歧视的表现就比较明显了。有学者（Braithwaite, A., 2013: 1-16）对“魔兽世界”（World of Warcraft）中的一场关于性别的争论进行了话语分析。研究发现：在游戏社区中，男性权力得到强调和支持；而女性主义和女性主义者则被当作虚拟空间、游戏快感和基于性别刻板印象的共同价值观的威胁。在另外一个关于玩家在游戏时通过语音互动交流的研究中，研究者发现女性的声音会比男性的声音得到三倍多的负面评价（Kuznekoff, J.H. & Rose, L.M., 2013: 541-556）。由此可见，网络游戏仍是一个充满性别等级差异和性别歧视的权力场域。

社交媒体使用中的性别问题也是学者关注的重点。事实上，自产生之初，社交媒体就吸引了大量学者的注意力，但是从性别和性的维度对社交媒体的参与和使用进行研究的还较少。2008 年以来，逐渐有学者对女性使用社交网站的动机进行研究，此类研究多采用使用与满足的理论框架，发现女性对社交媒体的使用主要出于自我表露（self-disclosure）和归属感（affiliation）的需求（Chen, G.M., 2012: 171-180）。后来的研究发现，从整体情况来看，女性使用社交媒体的动因包括信息、社交参与和娱乐，其中娱乐是最为重要的原因，而自我表

露和归属感的需求会随着年龄而发生变化。另外，不同的社交媒体平台，女性用户的使用动机也不尽相同，如使用 twitter 更多是出于信息需求，而使用 facebook 则更多为了社交参与（Chen,G.M., 2013: 1-17）。另外还有学者对社交网站上与性别呈现和性欲表达相关的话语和互动展开研究，此类研究多以朱迪斯·巴特勒（Judith Butler）提出的表演理论（theory of performativity）作为理论基础，强调用户在社交网站互动中的表演性。例如，荷兰学者范·多伦（Niels Van Doorn, 2010: 583-602）对 My Space 上一个由 19 人组成的关系网络进行研究，发现在这个由异性恋、男同性恋、女同性恋构成的朋友圈中，用户大多通过讽刺或反复出现的模仿语言来形成群体认同，从而表演性地描绘和塑造他们的朋友网络，流行文化、夜生活、毒品麻醉药、性是他们谈论的主要话题。

除了对网络游戏和社交媒体中性别问题的研究，网络催生出的许多新现象也为研究者提供了新的研究问题，例如对网络暴力的发生与不同性别用户之间的关系（Erdur-Baker,O., 2010: 109-125）、青少年的网络色情接触对把女性当作性对象观点的影响（Peter,J.&Valkenburg,P.M., 2008: 407-433），以及不同性别网民的网络使用对其印刷报刊使用的影响（Taipale,S., 2012: 5-18）等。

20 世纪 90 年代，曾有学者提出“赛博女性主义”（cyber-feminism），认为赛博空间的通讯技术可以为现实生活中的女性赋权，畅想着互联网的出现将大大改变女性被歧视、受压迫的局面。但是 2000 年以来，“赛博女性主义”逐渐被学界冷落（Paasonen,S., 2011: 335-352），其原因在于：一方面，并非所有人都可以进入赛博空间，因此赛博女性主义意味着要将无法接入网络的贫困阶层排除在外；另一方面，正如上述研究所示，即使进入了赛博空间的女性获得了部分选择接受、生产内容的权力，这也并不必然带来公共领域中更加平等的性别话语。用户生产的内容并不比大众媒体生产的内容更具有颠覆性和解放性，因为赛博空间依然存在于根深蒂固的性别歧视的社会背景中。从某种程度上看，消费社会背景下的网络赋权还强化了“后女性主义”现象。

三、全球化带来的与女性相关的传播议题

全球化，即人口、商品、信息、思想、技术、金融等跨国流动，作为一种社会思潮和实践，正在全方位地影响着全球经济、政治和文化的发展。在这一过程中，女性自然也受到深刻的影响：女性社会经济地位的改变自不待言，从文化角度看，无论是思想和文化的全球流动、人口的跨国流散还是技术的普及，都在改变着女性对自身主体性和性别关系的认识。

当代经济和文化流动的不平衡和非线性的特征正在改变着全球的力量布局。过去被视作经济和文化上占弱势地位的国家正在变为地区性或全球的权力新贵，它们正逐步由文化的接收方变为输出方，从而创造着新的文化格局。在过去十年中，韩国流行文化在亚洲甚至全球的飞速崛起成为令人瞩目的文化现象，特别是在中国、日本、泰国、新加坡等深受儒家文化浸润的东亚和东南亚地区，“韩流”更是影响力巨大。根据文化培养理论，长期的媒介接触会对受众对现实世界的认知产生影响，从而对态度和行为产生进一步影响。对于“韩流”的跨地区、跨文化影响，学者从不同路径和视角展开了丰富的研究。一些学者（Vu,H.T. & Lee,T.T., 2013: 1-23）探讨了韩国电视剧对越南女性婚恋观的影响，通过对 439 名越南女性的问卷调查发现，那些经常收看韩剧、教育水平较低、对韩国没有直接接触经验的女性对韩国有着更好的印象，更希望同韩国男人结婚，也更倾向于通过婚姻中介嫁到韩国。台湾学者（Yang,F.I., 2008: 64-79）将韩剧分为家庭剧和时尚剧两种类别，两类韩剧分别传达着家庭生活和消费时尚两种不同的女性气质。通过对不同年龄、教育背景和婚姻状况的台湾女性的深度访谈，研究者发现工人阶层女性对于家庭生活类型的女性气质有着更强的认同，而受教育程度和收入水平更高的女性则对消费时尚的女性气质有更多认同，从而提出韩剧的收看折

射出女性性别身份和社会阶层身份之间相互影响的关系。菲律宾学者（Espiritu, B.F., 2011: 355-372）则将菲律宾看作不同的文化霸权斗争的场域。先前菲律宾文化深受美国文化帝国主义的影响，“韩流”的袭来则在一定程度上改变了这一局面。通过对韩剧的文本分析和对菲律宾年轻女性的焦点小组访谈，研究者发现美国文化帝国主义确实受到了破坏、挑战甚至在一定程度上被颠覆了；但菲律宾女性对韩剧也并非全盘接受，她们通常对剧中所包含的资本主义价值观进行“协商式解读”，对其中的父权思想则进行“否定式解读”，并且会通过韩剧反思本国的贫困、阶层不平等、性别歧视等现象。如果说韩剧的影响力主要体现在东亚和东南亚区域，那么日本漫画书和图像小说（graphic novels）的影响力则反向流入美国。有美国学者（Kornfield, S., 2011: 213-229）考察了日本图像小说中易装风格（gender benders genre）的历史及影响力，指出这类易装风格小说对美国以男性气质为主的漫画书的影响，并提出这种易装风格尽管有恋物癖的危险，但也在一定程度上改变了人们对性别的认知，印证了朱迪斯·巴特勒的性别表演理论，并推动了性别平等。

除了文化的跨民族、跨地域流动，全球化还带来了人口的全球流动，造成了一种全新的文化现象——海外移民（diaspora）。他们离开母体文化，进入新的文化环境。通常来说，海外移民面临着两方面的挑战：移入国文化对他们的接收以及他们对自我身份的认识。在移民群体中，女性通常是以妻子的身份作为丈夫的附属移入他国，因此对这类移民女性而言，她们事实上面临着两种身份挑战：作为妻子和作为移民。有学者（Lee, E., 2013: 472-488）对在美国的韩国女性移民如何通过在线社区形成对话空间和身份认同进行了研究，采用深度访谈、文本分析和参与式观察等方法，发现了这些韩国女性移民的身份认同由两方面交织而成：一方面乐于分享信息和帮助他人；另一方面有着较强的个人主义，年轻、独立、现代。她们讨论的议题大多仍是关于育儿、生活的家庭主妇话题，因而在产生持续、系统的反抗声音方面存在局限性。也有学者（Kim, S., 2009: 210-226）看到，作为前殖民地的韩国由于经济和文化实力不断增强，吸引了越来越多亚洲女性以婚姻移民的身份移居韩国。对韩国电影中日渐增多的婚姻移民女性形象进行分析，可以发现四种典型形象：有着传统家庭观念的纯洁女性、作为性欲对象的女性、可同化的劳动力和儿女抚养者，以及作为自然选择过程的跨国婚姻。研究者认为，这四种形象事实上仍旧反应了韩国的文化霸权和现存的关于性别、阶级和种族等级的认识。

在关于全球化的性别与传播研究中，关于韩国的研究和由韩国学者完成的研究构成了一道独特的景观。“韩国研究”不仅在《亚洲传播期刊》中占绝对多数，在其他国际期刊中的出现频率也远高于关于亚洲其他国家的研究。这一方面反映出韩国流行文化的巨大影响，也反映出韩国学者在学术国际化方面做出的努力。这对中国学者有较大的启示意义。作为当今世界令人瞩目的经济发展大国，中国问题受到了西方国家的高度关注；作为长期受男尊女卑思想影响的国家，全球化过程中中国的性别问题也表现出了更多的复杂性，因此更应当受到关注和研究。

除了上文提到的后女性主义、信息技术和全球化三大主题，性别和传播研究近些年来还表现出了其他趋势。在研究议题上，性别与其他传播研究领域的交叉、融合，特别是与健康传播和政治传播的融合最为明显。在健康传播方面，有关于尼泊尔女性避孕与其家庭地位间关系的研究（Basnyat, I. & Dutta, M.J., 2011: 338-354），以及关于印度尼西亚乡村接生婆的手机使用对其工作及主体身份认同影响（Chilb, A. & Chen, V.H., 2011: 486-501）的研究。在政治传播方面，由于越来越多女性步入政坛为政治传播增加了新的主题，此类研究最常见的是以媒体对女性政治人物的描绘作为研究对象（Meek, L., 2011: 175-193; Kim, K. & Yoon, Y., 2009: 289-301），也有研究就不同国家媒体对女性政治人物的描绘进行了比较（Yoon, Y. & Lee, Y., 2013: 420-427）。此外，新闻生产依旧是研究的重点，女性记者以及女性新闻媒体管

理者是否会对新闻价值和编辑方针产生影响（Hanitzsch, T. & Hanusch, F., 2012: 257-277; Volz, Y.Z. & Lee, F.L.F., 2013: 248-266; Correa, T. & Harp, D., 2011: 301-319; Beam, R.A. & Di Cicco, D.T., 2010: 393-411）等问题仍受到学者的关注。从研究方法来看，内容分析、问卷调查等量化研究方法在对性别现象进行描述的研究中表现出很大的优势。而从整体来看，基于有限样本的深度访谈、焦点小组访谈和参与式观察等质化研究方法仍然占据主流。这类方法强调对社会现象进行深度阐释和反思，这也与性别与传播研究的一贯传统相符（Van Zoonen, 1994: 135）。

四、总结与讨论

进入 21 世纪以来，全球政治、经济和文化的全面发展和变革对女性主义思潮和运动产生了巨大影响，性别与传播领域的研究也呈现出不同于以往的发展趋势和特点。本文通过对近些年国际重要学术期刊关于这一问题研究的梳理，总结出性别与传播研究的三个方面，即：后女性主义成为流行文化研究的重要主题、信息传播技术对女性的影响，以及全球化带来的与女性相关的传播议题。在可以预见的未来，消费社会、信息传播技术和全球化，仍然会是社会发展的重要趋势和主题。上述研究将成为未来性别与传播研究的重要基石和借鉴。

本文在研究对象和研究方法上还有不足和缺陷。一方面，本文所涉及到的研究仍然仅仅局限在欧美和亚洲社会，非洲、拉丁美洲的研究并没有被囊括在内，对第三世界国家研究成果的呈现仍有缺失。另一方面，本文的研究视角较为宏观，仍然是从社会变迁和文化语境等宏观维度对已有研究进行评述。曾有学者采用大数据研究思路以词频分析方式对文献进行微观层面的综述（喻国明、宋美杰，2012：13-18），这种基于高频词和热点文章的分析可以成为未来研究的重要方式。

参考文献：

- 都岚岚：《后回潮时代的美国女性主义第三次浪潮》，清华大学博士学位论文，2008。
- 喻国明、宋美杰：《传媒经济研究的热点、局限与未来期待——2011 年传媒经济研究综述》，《国际新闻界》，2012（1）：13~18。
- Basnyat,I. & Dutta, M.J.(2011). Family planning (re)defined: how young Nepalese women understand and negotiate contraceptive choices, *Asian Journal of Communication*, 21(4), 338-354.
- Beam,R.A. & Di Cicco, D.T.(2010).When women run the newsroom: management change, gender, and the news. *Journalism & Mass Communication Quarterly*. 87(2). 393-411.
- Braithwaite,A.(2013). ‘Seriously, get out’: Feminists on the forums and the War(craft) on women. *New Media & Society*. 0(0),1-16.
- Chen,G.M. (2012). Why do women write personal blogs? Satisfying needs for self-disclosure and affiliation tell part of the story. *Computers in Human Behavior*, 28,171–180.
- Chen,G.M. (2013). Why do women bloggers use social media? Recreation and information motivations outweigh engagement motivations. *New Media & Society*. 0(0). 1-17.
- Chilb,A. & Chen, V.H.(2011). Midwives with mobiles: A dialectical perspective on gender arising from technology introduction in rural Indonesia. *New Media & Society*. 13(3),486-501.
- Correa,T. & Harp,D. (2011). Women matter in newsrooms: how power and critical mass relate to the coverage of the HPV vaccine. *Journalism & Mass Communication Quarterly*. 88(2),301-319.
- Cox, N. (2012). Kicking Ass...With Lip Gloss: Mediating Gender on TLC's Police Women of Broward County , *Critical Studies in Media Communication*, 29(2), 149-163.
- Dubrofsky, R. (2002). Ally McBeal as Postfeminist Icon: The Aestheticizing and Fetishizing of the Independent Working Woman, *The Communication Review*, 5(4), 264-284.
- Erdur-Baker,O.(2010). Cyberbullying and its correlation to traditional bullying, gender and frequent and risky usage of internet-mediated communication tools. *New Media & Society*. 12(1),109-125.
- Espiritu,B.F.(2011). Transnational audience reception as a theater of struggle: young Filipino women’s reception of Korean television dramas. *Asian Journal of Communication*. 21(4), 355-372.
- Gill, R.(2007). Postfeminist Media Culture: Elements of a Sensibility, *European Journal of Cultural Studies*, 10(2), p.147-166.
- Hanitzsch,T. & Hanusch,F.(2012). Does gender determine journalists’ professional views? A reassessment based on cross-national evidence. *European Journal of Communication*. 27(3).257-277.

- Holmes, J. (2006). Sharing a laugh: Pragmatic aspects of humor and gender in the workplace. *Journal of Pragmatics*, 38(1), 26-50.
- Jansz, J. & Martis, R. G. (2007). The Lara phenomenon: powerful female characters in video games. *Sex Roles*, 56(3), 141-148.
- Joseph, R. L. (2009). "Tyra Banks Is Fat": Reading (Post-)Racism and (Post-)Feminism in the New Millennium, *Critical Studies in Media Communication*, 26(3), 237-254.
- Kim, K. & Yoon, Y. (2009). The influence of journalists' gender on newspaper stories about women Cabinet members in South Korea, *Asian Journal of Communication*. 19(3), 289-301.
- Kornfield, S. (2011) Cross-cultural Cross-dressing: Japanese Graphic Novels Perform Gender in U.S., *Critical Studies in Media Communication*, 28(3), 213-229.
- Kuznekoff, J. H. & Rose, L. M. (2013). Communication in multiplayer gaming: Examining player responses to gender cues. *New Media & Society*. 15(4), 541-556.
- Kim, S. (2009). Politics of representation in the era of globalization: discourse about marriage migrant women in two South Korean films, *Asian Journal of Communication*, 19(2), 210-226.
- Lee, C. S. & Park, J. H. (2012). 'We need a committee for men's rights': reactions of male and female viewers to reverse gender discrimination in Korean comedy, *Asian Journal of Communication*, 22(4), 353-371.
- Lee, E. (2013). Formation of a talking space and gender discourses in digital diaspora space: Case of a female Korean im/migrants online community in the USA, *Asian Journal of Communication*, 23(5), 472-488.
- McRobbie, A. (2004). Post-feminism and popular culture, *Feminist Media Studies*, 4(3), 255-264.
- Meek, L. (2011). Is She "Man Enough"? Women Candidates, Executive Political Offices, and News Coverage. *Journal of Communication*. 62, 175-193.
- Paasonen, S. (2011). Revisiting cyberfeminism. *Communications*. 36, 335-352.
- Peter, J. & Valkenburg, P. M. (2008). Adolescents' Exposure to Sexually Explicit Internet Material and Notions of Women as Sex Objects: Assessing Causality and Underlying Processes. *Journal of Communication*. 59, 407-433.
- Shifman, L. & Lemish, D. (2011). "Mars and Venus" in Virtual Space: Postfeminist Humor and the Internet, *Critical Studies in Media Communication*, 28(3), 253-273.
- Taipale, S. (2012). The relationship between Internet use, online and printed newspaper reading in Finland: Investigating the direct and moderating effects of gender. *European Journal of Communication*. 28(1), 5-18.
- Van Doorn, N. (2010). The ties that bind: the networked performance of gender, sexuality and friendship on MySpace. *New Media & Society*. 12(4), 583-602.
- Van Doorn, N. and van Zoonen, L. (2008). Theorizing Gender and the Internet: Past, Present, and

- Future, in A. Chadwick and P.N. Howard (eds) *The Routledge Handbook of Internet Politics*, pp. 261–74. London: Routledge.
- Van Zoonen, L.(1994). *Feminist media studies*. London: Sage Publications.
- Van Zoonen, L.(2001). Feminist Internet Studies. *Feminist Media Studies*, 1(1),67-72.
- Van Zoonen, L. (2002). Gendering the internet: Claims, controversies and cultures. *European Journal of Communication*, 17(1), 5-23.
- Volz,Y.Z. & Lee,F.L.F.(2013). What Does It Take for Women Journalists to Gain Professional Recognition? Gender Disparities among Pulitzer Prize Winners, 1917-2010. *Journalism & Mass Communication*. 90(2),248-266.
- Vu,H.T. & Lee,T.T.(2013). Soap Operas as a Matchmaker: A Cultivation Analysis of the Effects of South Korean TV Dramas on Vietnamese Women’s Marital Intentions. *Journalism & Mass Communication Quarterly*. 90(2),1-23.
- Wajcman, J. (2007). From women and technology to gendered technoscience. *Information, Communication and Society*, 10(3), 287-298.
- Williams,D. et al.(2009a). The virtual census: representations of gender, race and age in video games. *New Media & Society*. 11(5), 815-834.
- Williams,D. et al.(2009b). Looking for Gender: Gender Roles and Behaviors Among Online Gamers. *Journal of Communication*.59,700-725.
- Yang,F.I.(2008). Engaging with Korean dramas: discourses of gender, media, and class formation in Taiwan, *Asian Journal of Communication*, 18(1), 64-79.
- Yoon,Y. & Lee, Y.(2013). A cross-national analysis of election news coverage of female candidates' bids for presidential nomination in the United States and South Korea. *Asian Journal of Communication*, 23(4), 420-427.

书讯

外新史研究会与清华大学联合举行 中外两部媒介伦理学著作发布会

国际著名媒介伦理学专家克里斯琴斯（Clifford G. Christians）等教授的编著的《媒介伦理：案例与道德推理》（*Media Ethics: Cases and Moral Reasoning*）第 9 版中译本发布会，4 月 21 日上午在清华大学举行。这部媒介伦理学著作，是理论与实践结合得非常紧密的经典教材，提供了丰富而现实的案例，视野宏阔，充分体现了媒介伦理的全球观。该著作的第 5 版中译本于 2000 年出版后曾数次重印，在中国学术界起到了重要影响，打开了中国学者的眼界，明确了媒介伦理研究的边界与框架，激发了深入的思考，使媒介伦理学在中国全面兴起。该著作的主译者是外新史研究委员会副会长、北京外国语大学副校长孙有中教授。外新史研究会副会长兼秘书长、清华大学陈昌凤教授在序言中高度评价了这部著作，并梳理了中美两国媒介伦理理念、教学的传承与发展关系。

同时举行发布会的，还有展江教授的新著《媒体道德与伦理：案例教学》。这是一部中国视角的媒介伦理学最新教材，既借鉴了美国学者的教学框架，又重视中国视角和特色。发布会上，中国人民大学出版社、中国传媒大学出版社的代表先后介绍了该书，并向作者、译者致谢。

发布会是继“第四届全球媒介伦理圆桌会议”（*The Fourth Roundtable on Global Media Ethics*，4 月 19—21 日，清华大学）举行的。圆桌会议由清华大学新闻与传播学院新闻研究中心、中国新闻史学会外国新闻史研究委员会联合主办。克里斯琴斯（Clifford G. Christians）等来自美国、南非、印度、加拿大的 5 位国际顶尖学者，中国大陆和香港、台湾的著名学者共 15 人发表了研究成果，外新史学会会员等三十位青年教师出席了会议。（2014 年 4 月）