

Global Media Journal

全球传媒学刊(XII)

《全球传媒学刊》编委会

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

第十二期《全球传媒学刊》主体部分有两个专题，一个是“对外传播与海外华语媒体”，一个是“欧洲传播思想”。

2012年8月，中国新闻史学会外国新闻传播史研究委员会在南京召开年度学术会议，与南京大学新闻传播学院、清华大学爱泼斯坦研究中心共同主办了题为“媒介文化与国际传播”的国际学术论坛。会议收到了多篇高质量的学术论文，本期的主要内容，便主要精选自这次会议论文。

发表在“对外传播与海外华语媒体”专栏中的四篇，各有特点。辜晓进的“新中国地方涉外传媒兴起及探因”对深圳地区的涉外传媒进行案例研究，是一个新的尝试。该文所研究的对象特指立足地方或者面向地区、从事对外传播的新闻媒体，包括在中国境内发行和传播的外文时政媒体（如英文的《深圳日报》）、中国传媒机构在境外发行和传播的中外文媒体（如《今日广东》）和外国人在中国境内创办的媒体（如网站 ShenzhenParty.com）。在经历了长期的政策性空白之后，地方级别的对外传播成为一种自发生长并逐步获得合法生存的现象。在深圳这样一个改革开放的前沿地区，涉外媒体的发展动向无疑带有十分重要的指示意义，而外媒在法律规定的边缘处生存的事实似乎也预示着——对合理的市场需求无法全然扑灭。于是，该文得出的“地方涉外传媒需要更多呵护与扶持”的结论便不足为奇了。

曾一果的“去殖民化以来‘澳门意识’的媒介建构”一文以1987年创刊的澳门《文化杂志》的“中文版”为研究对象，考察回归前后澳门人的身份认同。该文认为，《文化杂志》（“中文版”）中有关澳门的叙述变化很大。回归前，葡澳当局希望变政治统治为文化统治，改善葡萄牙殖民政府在中国人特别是澳门人心中的形象，培植葡国认同，以实现（政权）虽去而（影响）仍存的愿望。回归之后，随着所有权和编辑队伍的改变，“澳门的主权从来就属于中国”变为主导叙事。作者对历史叙事的随意性进行了批评。当然，澳门人民的本土认同也不能脱离大的环境，尤其不能失去对历史复杂性和现实丰富性的清醒认知。

白文刚的“中国古代对外政治传播与天朝形象塑造”回顾了明、清两朝在朝贡、遣使、册封等活动中体现的传播理念和实践，认为中国在对外政治传播中塑造的“至高无上的天朝”、“文明礼仪之邦”和“国泰民安、繁荣富庶”的中华形象得益于两方面的因素，既来自积极的传播，也来自模范的践行。

马来西亚华裔学者杨丽芳（Nicole. Yang Lai Fong）的“马来西亚华语电视节目执行制片人的角色与挑战”一文，通过对分别供职于马来西亚国营电视频道和最大私营付费电视台的两位华语节目执行制片人进行的半结构化访谈，得出印象：虽然具有本地特色的马来西亚产华语电视节目在本地华人观众中的影响超过中国大陆的影视节目，但制片人认为，中国产电视节目及电影很有市场竞争力。

“欧洲传播思想”专栏中汇集了三篇研究文章：张咏华的“社会学视野下欧洲传播学研究关注点及研究路径简析”、何威与曹书乐的“新受众研究及受众理论的多维空间”和赵菁的“从‘文化帝国主义’到批判的跨文化主义：文化权力再发现”。三篇文章以不同的主题对所研究领域（欧洲传播学研究、新受众研究和批判性跨文化主义研究）的学术景象进行了全方位的扫描和深入的剖析，所得发现也各有意趣。如张咏华对《欧洲传播学季刊》的内容分析展示了近年来欧洲学界关注的学术议题以及使用的研究路径，认为欧洲传播研究中所显示的深入研究欧洲本土话题以及与历史上有关的思想进行学术对话的特点值得中国学者借鉴。何威、曹书乐以传播理论史的视角回溯了“新受众研究”的发展，分析了这种传播研究潮流与文化研究诸多激进传统之间的关系，提出以多种问题维度建构虚拟空间并定位受众研

究，从而避免简单线性进步主义观点的建议。赵菁的文章对文化帝国主义命题强调全球政治经济结构对文化权力的决定性作用，而“全球-本土”结合视角重视本土文化在“去中心化”过程中的主体能动性，“批判的跨文化主义”模型则通过对结构性因素与主体能动性相结合的文化混杂现象进行考察，重新确认了文化帝国主义命题中西方文化权力的主导特征。这些研究都可能对我们的欧洲传播学认识产生影响。

今（2012）年11月13日是清华大学新闻与传播学院首任院长、学界同仁尊敬的范敬宜先生逝世两周年的日子。本期学刊刊登了一篇怀念文章，以表纪念之忱。

欢迎学界同仁提出宝贵的批评意见！

（郭镇之）

全球传媒学刊(电子刊)第十二期
2012年12月出刊

目录

主编的话

对外传播与海外华语媒体

1. 新中国地方涉外传媒兴起及探因——以深圳为例 辜晓进
2. 去殖民化以来“澳门意识”的媒介建构——以《文化杂志》“中文版”为研究对象 曾一果
3. 中国古代对外政治传播与天朝形象塑造——以明、清两朝为中心 白文刚
4. 马来西亚华语电视节目执行制片人的角色与挑战
[马来西亚]杨丽芳(梁悦悦 王丹译)

欧洲传播思想

5. 社会学视野下欧洲传播学研究关注点及研究路径简析 张咏华
6. 新受众研究及受众理论的多维空间 何威 曹书乐
7. 从“文化帝国主义”到批判的跨文化主义:文化权力再发现 赵菁

特别约稿

8. 难得的画作——回顾大师范敬宜 袁蓉芳

附录

1. “全球传播和新闻教育的未来”国际学术论坛在清华召开
2. 清华大学新闻与传播学院近期外请讲座信息

CONTENTS

EDITOR'S NOTES

INTERNATIONAL COMMUNICATION AND OVERSEAS CHINESE MEDIA

1. The Emergence of Local Foreign-related Media in New China: A Case Study of Shenzhen
GU Xiao Jin
2. Media Construction of "Macau Consciousness" after De-colonization: The Case Study of *Revista de Culture-Chinese Edition*
ZENG Yi Guo
3. International Political Communication and Image Building of the Celestial Empire in Ancient China - Ming and Qing Dynasty as the Case
BAI Wen Gang
4. The Role and Challenges of Executive Producers for Chinese Television Programs in Malaysia
Nicole. YANG Lai Fong (LIANG Yue Yue & WANG Dan trans.)

EUROPEAN COMMUNICATION THOUGHTS

5. Topics and Methodologies of *European Communication Research* in the Scope of Sociology
ZHANG Yong Hua
6. New Audience Research and Multi-dimensions of Audience Theory
HE Wei & CAO Shu Le
7. From Cultural Imperialism to Critical Transculturalism: Rediscovery of Cultural Power
ZHAO Jing

COMMEMORATION

8. A Precious Painting: Remembrance of Fan Jingyi
YUAN Rong Fang

APPENDIX

1. The International Academic Forum of "Global Communication and the Future of Journalism Education" held
2. Information on the Recent Lectures at the School of Journalism and Communication, Tsinghua University

对外传播与海外华语媒体

新中国地方涉外传媒兴起及探因——以深圳为例

The Emergence of Local Foreign-related Media in New China: A Case Study of Shenzhen

辜晓进^①

中文摘要：1949年新中国成立后，中国涉外传媒的数量大为减少，除上海短暂出现过一份英文报纸外，中央政府主要在首都北京创办了为数寥寥的外文媒体，却不鼓励地方城市发展此类媒体。直到1980年代改革开放以后，上海、北京、广州、深圳、武汉、杭州等大中城市才开始出现地方性的涉外传媒，其中尤以上海和深圳最为突出。而深圳作为距离中央政府最远的新兴城市，其涉外传媒的产生和发展在中国具有样本意义。

本文将从地方传媒空白的产生、英文媒体的发展历史、海外办报模式的形成、外国人自办传媒的探索及地方涉外传媒兴起的原因等方面对以深圳为代表的地方涉外传媒进行研究，以此来探讨改革开放以来各地建立和发展涉外传媒的实践，并就促进地方涉外传媒健康发展提出政策建议。文中关于在华外国人自办传媒的研究，涉及报纸、刊物和互联网站，展现了外国人在灰色地带办媒体的无奈与尴尬，是国内目前尚无人涉足的新领域。

关键词：涉外传媒，外宣媒体，地方传媒，深圳传媒

Abstract: After the founding of New China in 1949, the number of foreign-related media in China dramatically decreased, with only a few foreign-language printing media founded by the Central Government in Beijing. Besides a temporarily existed English daily newspaper in

^① 辜晓进：深圳大学传播学院教授。

Shanghai, local governments were not allowed to establish such media until the start of the country's reform and opening up in 1980s when local foreign-related media began to be seen in some large cities such as Shanghai, Beijing, Guangzhou, Shenzhen, Wuhan and Hangzhou. Shanghai and Shenzhen outrivaled other cities in the regard. Among them, Shenzhen as a young boomtown farthest away from the central government, presents a good case study in the development of foreign-related media in China.

This article addresses the development of foreign-related media in the large cities like Shenzhen in five aspects: 1) A forty-year blank of local foreign related media in China; 2) The launch and development of China's first local English-language daily newspaper since 1953; 3) Practices for local newspapers to launch overseas editions; 4) Media run by foreigners in Shenzhen; 5) Policy suggestions to build an international mass media system in some large open-up cities. The study on foreigner-run media in Shenzhen in this article, although need to be further developed, is a subject which has never been touched before.

This article concludes that for Chinese cities to achieve their goals to become international metropolises, China must deregulate media control and build an international mass communication system compatible with that of the world.

Key Words: international media in China, foreigner-run media, Shenzhen media

本文所说的“涉外传媒”，特指三种类型的媒体：一是在中国境内发行和传播的外文时政媒体；二是中国境内机构在境外发行和传播的中、外文媒体；三是外国人在中国境内创办的媒体。本文所说的“地方涉外传媒”，则指由地方机构创办或编辑部设在地方的上述三种媒体类型。

本文之“涉外传媒”主要以英文及新闻类传媒为主。一些以国内少数民族为主要传播对象而兼具涉外功能的媒体（如吉林省长期存在的一些朝鲜语报刊），以及以外语教学为主要功能的非时政外文媒体（如《英语周报》、《21世纪报》等），不在论述之列。本文之“地方”概念，也不包含港澳台。

本文之“涉外传媒”概念，涵盖而不等于长期习称的“外宣媒体”。“外宣媒体”特指由政府批准创办、旨在对外宣传的媒体，具有较强的政治功利色彩，属于涉外传媒的一个品种。

一、地方涉外传媒 40 年空白的形成

中国的地方涉外传媒本有较长历史。中国最早的报纸和最早的广播电台都是外国人办的，本质上都属于上述三种涉外传媒类型。广州作为中国最早对外开放的通商口岸之一，曾经是中国内地涉外传媒最多的城市，一度出现 10 多种外文报纸并存的盛况。如此盛况后来转移至上海、北京、天津、青岛等中心城市或口岸城市。新中国成立后，以旧政府、外国资本、民间机构和个人为主要力量经营的涉外传媒逐渐消失，取而代之的是国有涉外传媒，后者主要集中在北京。

原有涉外传媒消失的标志性事件，是《字林西报》的停刊。《字林西报》(North China Daily News)的前身为英国记者 Henry Shearman 创办于 1850 年 8 月 30 日的《北华捷报》(North China Herald)，是中国内地影响最大的英文报纸，一度被称为“中国的《泰晤士报》”，其立场代表了西方垄断资本的利益。新中国成立后，一大批民营报刊在政治和经济的双重挤压下相继停刊，该报也于 1951 年 3 月停止出版，成为当时中国内地唯一连续出版超过百年的报纸。此后，中国内地的民营外文报刊基本消失。在新中国成立的半个多世纪里，中央政府陆续颁布并多次修订的相关法规，都禁止外国人在中国内地创办媒体，民间办报的土壤也被彻底铲除。国有的外宣媒体因此成为新中国涉外传媒的主要类型。

1950 年 5 月，上海出现新中国第一份英文日报《上海新闻》(The Shanghai News)。该报看似地方报纸，实为国家机构，由国家外文局的前身国际新闻局创办。国际新闻局成立于 1949 年 10 月 1 日，与新中国同岁，由乔冠华任局长。据著名翻译家、曾参与创办《上海新闻》并负责要闻版编辑的沈苏儒先生生前回忆：该报为对开四版报纸，每日出版，社长是后任上海市副市长的著名民主人士金仲华，黄华、夏衍等任社务委员^①。1952 年底，该报根据中央部署停刊，报社主要员工、印刷厂骨干连同机器设备甚至家属，均迁往北京，充实国家外宣媒体^②。《上海新闻》虽由中央机构创办，毕竟在上海出版和发行，可视为新中国地方外文报纸的发端。可惜该报寿仅两年，很快便从人们的记忆中淡出乃至消失，以致很多文章在论及新中国外文媒体时都忽略了这份报纸。上海下一份英文日报，要等到 47 年之后才能诞生。

当时中央政府更关注的是国家级外宣媒体的建设，地方外宣媒体不在考虑之列。就在《上海新闻》的工作班底北迁前后几年间，几份国家主导创办的外文期刊陆续问世。它们包括英文《人民中国》(1950 年 1 月 1 日)及后来增加的俄、日、法、印尼文版本，世界语《中国报道》(1950 年 5 月 15 日)、英文《中国建设》(China Reconstructs, 1952 年 1 月创办，现

^① 乔冠华和黄华后来均担任过外交部长——作者注。

^② 沈苏儒：《忆新中国第一张英文日报：〈上海新闻〉》，载《新闻记者》，2009（6）。

改名为 China Today)、英文《北京周报》(Beijing Review, 1958年3月4日)等。这些刊物连同新华社和北京广播电台(后改名为中国国际广播电台)的对外广播以及1981年创办的《中国日报》等,总部都设在北京。地方外文传媒市场则长期沉寂,至于涉外传媒的另外两种类型(去境外办媒体和外国人来中国办媒体),就更加不可能了。直到1990年代,情况才开始根本改变。

二、地方英文报纸重现的三大条件

1992年11月20日,《上海英文星报》创刊。此后,深圳、广州、北京、成都、武汉等地陆续诞生英文的日报和周报,地方外文媒体突呈爆发发展之势。

作为地方涉外传媒最重要力量的外文传媒,为何事隔40多年才得以重现?当然主要是体制原因。但撇开这一暂不可更改的因素,我们会发现天时、地利、人和这三大要素所起的关键作用。换句话说,在改革开放这个最大的“天时”下面,各地政府的国际意识(特别是政府部门的国际意识)(天时)、人才储备(人和)、受众市场(地利)这三大条件的逐渐具备,才导致了外文传媒的“因运而生”。如果其中某项条件缺失,已经办起的媒体也会衰落乃至灭亡。这一判断可从本文所述涉外传媒的兴起和发展过程中获得验证。

将沈苏儒先生回忆的事实加以归纳后可发现,《上海新闻》之所以成为新中国第一份英文报纸,主要依赖上述三个条件:第一,当时刚解放,上海仍有不少外侨居住(以俄罗斯侨民和犹太人为主),他们需要了解国内外时事和新中国的政策,这便是受众市场,属于“地利”;第二,《大陆报》(The China Press)等英文报纸停办后,留下的机器设备和熟练印刷工人可为我所用;第三,同样因为原有英文媒体停办,有大量现成的英文报纸采编人员可以招聘。这第二、第三属于“人和”。这里面有一个很大的“天时”沈先生没有提到,即政府的许可和执政者的国际意识。当时这个“国际意识”主要来自中央政府。中共历来重视对外宣传,即便在抗战最艰苦的阶段,还先后开办了日文和英文的对外广播节目。1946年5月17日,中共在上海创办其第一份外文刊物《新华周刊》(New China Weekly),主编正是解放后担任国际新闻局局长的乔冠华。该刊于同年6月5日被国民党政府取缔后,乔受周恩来委托,克服重重困难,协助加拿大和平友好人士文幼章于6月9日秘密出版了一份油印英文刊物《上海时事通讯》(Shanghai News Letter)^①,足见中共高层对外文媒体的重视程度。然而,当1952年底《上海新闻》停办和办报人员迁往北京后,其上海留下的空白并未得到填补。究其主要原因便是缺了“天时”:尽管原先办报的三个条件除外侨人数有所减少外基本还在,但当地政府当时并无创办外文媒体的主动性和积极性,中央政府也不批准地方办外文媒体。

40年后的1992年11月20日,继《上海新闻》后的第一份综合性地方英文报纸《上海英文星报》(Shanghai Star)诞生。这让我们又依稀看到了当年办报的类似条件:一是在改革开放多年后,特别是邓小平南方讲话掀起新一轮改革热潮后,伴随浦东新区的开发,上海市委和市政府的国际化意识得到强化,有了创办外文媒体的要求;二是到上海工作、学习、生活的外籍人士明显增加,形成了一定规模的英文受众市场(2010年进行的第六次全国人口普查结果显示,在上海居住的外籍人士达14.32万人,来自200多个国家^②,而实际外国人应大大多于被统计的人数);三是已积累丰富办报经验的《中国日报》(China Daily)愿意派遣骨干到上海办报,解决了办报人才的问题,而彼时上海的报纸印刷能力比40年前不知要强多少倍。

《上海英文星报》由上海市委与中国日报社共同主办,一直是周报,近年改为周二刊。此后,在国务院新闻办倡导“灯下亮工程”(针对当时重视对外传播却忽略对境内外国人宣

^① 乔松都:《乔冠华于龚澎:我的父亲母亲》,北京,中华书局,2008。

^② 谢克伟:《在沪“老外”达14.32万,排全国第一》,载东方网,2011-12-20。

传从而形成“灯下黑”的现象而言)的政策暖风吹拂下,新闻出版总署又陆续批准深圳、广州、上海创办新的英文报纸,包括《深圳日报》(Shenzhen Daily, 1997年7月1日)、《广州英文早报》(Guangzhou Morning Post, 1997年7月1日)和《上海日报》(Shanghai Daily, 1999年10月1日)。进入21世纪后,又有几份英文周报面世,它们是《今日北京》(Beijing Today, 2001)、《成都周报》(Chengdu Weekly, 2001)以及今年6月才创刊的《长江周报》(Changjiang Weekly, 2012)等。杭州在多年申请外文报纸刊号未果的情况下,采取与《上海日报》合作的形式,也从2009年起在当地发行了从周一至周五出版的《上海日报》(杭州专版),等于在当地创办了一份英文日报。这种“一号多刊”的做法,在中文报纸是被禁止的(属于违规),但外文报纸被默许存在,也可视为管理者对外宣媒体的一种宽容吧。

上述报纸中,《上海日报》由原《中国日报》常务副总编张慈云率领一批骨干创办,隶属文新联合集团(张当时就兼任上海市委外宣办副主任,表明上海官方对这份报纸的重视与支持)。该报后来成为中国地方外文报纸中发展最迅速者,至2005年,其单份报纸的出版规模已赶上甚至超越《中国日报》。《广州英文早报》由中国第一个报业集团广州日报报业集团创办,早期也是与香港著名英文报纸《南华早报》(South China Morning Post)合作的结果(后虽合作中断,名称仍留下后者印迹)。

《深圳日报》是自1952年底《上海新闻》停刊以来的第一份地方英文日报,两者间隔时间长达45年。在远离中央政府的南部边陲城市率先出现地方英文日报,自然更离不开受众市场、人才储备和国际意识这三大条件。

受众市场方面,深圳具有内地很多城市不可比拟的优势条件。首先,深圳作为中国第一个经济特区,地理上毗邻香港,经济上是中国改革开放的排头兵,产业的外向型程度在内地城市中首屈一指。深圳的外贸出口总额自1993年首次超越上海后,已连续20年位居全国第一,其进出口总额也于2012年首次超越上海而跃居全国第一,深圳企业及民间的国际交流日益频繁。其次,在深圳经商、工作、学习、生活的外国人的数量持续快速增长。据媒体报道,深圳常住和暂住的外籍人士已接近50万人,来自115个国家^①,这些人口中有半数以上以英语为母语或工作语言。另据深圳市文体旅游局2008年的统计数据,2007年在深圳停留一夜以上的外国游客达161万人次。深圳的英文媒体受众市场已经形成。

人才储备方面,深圳也略有积累。鉴于本地人学习英语的高涨热情及迅速扩大的外国人群,深圳最大报纸《深圳特区报》从1994年1月2日起就开辟了一个每周一期的中英文双语专版《英语星期天》(English Sunday)。该版不仅进一步扩大了英文受众市场,也培育了英文报纸的编辑力量——他们后来均成为《深圳日报》的骨干。包括深圳电视台在内的当地其他媒体的一些英文编辑也纷纷加盟该报。为弥补骨干力量的不足,《深圳日报》还请来曾任驻外记者多年、精通英语的原国务院新闻办国际局局长张治平先生担任顾问(张当时刚退休)。上述骨干加上从各地外语学院和“海归”中选聘的优秀人才,形成了深圳最早的英文报纸采编队伍。同时,20世纪90年代中期的《深圳特区报》不仅有着雄厚的经济实力和较高的知名度,还是较早采用电脑激光照排和在全国拥有最多卫星传版点的地方报纸,这也为创办一份英文日报打下了坚实的物质基础。

更重要的还是当地政府和主流媒体的国际意识。1992年春邓小平视察南方后,深圳引领全国加快了改革开放的步伐,在新闻传播方面也有了突破的冲动。正是在这一背景下,深圳特区报社打算创办一份英文日报的想法得到了深圳市委和市政府的积极支持。在深圳这样一个毗邻香港、初具国际化特征的外向型城市创办英文报纸的申请,也得到了中央政府的理解。经过一番努力,深圳终于获得了Shenzhen Daily的出版刊号,并赶在香港回归当日正式创刊。

^① 薛云麾:《在深外籍人士已近五十万人》,载《深圳商报》,2011-01-23。

需要说明的是，《深圳日报》办报初期最大的困难还是缺乏人才，所以虽然取得了日报的刊号，却只能从周报开始做，后经多次扩版，至2002年1月1日才成为每周出版五期的日报。从这个意义上讲，《深圳日报》虽在创刊日期上比《上海日报》早了两年多，但真正成为一份日报却迟于后者。不过，《深圳日报》于2003年在香港发行、于2007年率先推出全数字化的网络版英文报纸、于2009年与美国“国际日报集团”合作在美国和印尼发行海外版，这些都创了地方英文媒体之先。该报2009年推出的覆盖珠三角的英文手机报，迄今仍是华南地区唯一的英文手机报。

三、《今日广东》开创海外办报新模式

改革开放以来，伴随着中国报纸产业化的大发展，地方报纸走出国门的浪潮此起彼伏。中文报纸飘洋过海，便成为另一种形式的涉外传媒。过去只有《人民日报》（海外版）向境外延伸，地方报纸这样做也是1990年代后的事。较为突出的是上海的《新民晚报》、深圳的《深圳特区报》和天津的《今晚报》。《新民晚报》于1994年11月1日在美国洛杉矶独立发行美国版（中文），之后又相继发行澳大利亚、加拿大、意大利、日本、韩国、俄罗斯、南非等16个海外版，迄今仍是整本报纸在海外发行的佼佼者。《今晚报》则从2002年3月起，仿深圳《今日广东》模式，与当地华文媒体合作，先后在世界19个城市发行海外版。

广东是海外华侨最大的来源地，美国则是华侨华人最集中的西方国家，目前大约有300万华侨华人（1990年美国人口普查为288万人）。因此，在美国《侨报》上创办一个反映家乡发展变化新貌的“今日广东”新闻专版的提议，得到了《侨报》和广东省政府的积极回应。1995年7月1日，在全省主流报纸的支持下，由《深圳特区报》编辑制作的《今日广东》正式创刊。该版采用繁体字竖排形式，按《侨报》的版面尺寸和规格度身定制，从周一至周六，每天向美国《侨报》的纽约总部及洛杉矶和旧金山两个分部免费传送一个整版的成品，成为《侨报》的组成部分。

《侨报》的《今日广东》版很快就受到读者的欢迎，而该报本身却几乎无需耗费任何编排成本。尝到甜头后，该报如法炮制，利用祖国一些发达省市的外宣需求和“国际意识”，先后与福建、北京、江苏等地联系，陆续增辟了《今日福建》、《今日北京》、《今日江苏》等专版。与此同时，《深圳特区报》也开始考虑“一女多嫁”，向多个国家的中文报纸提供《今日广东》。

1995年11月1日，《今日广东》正式向总部设在法国巴黎的《欧洲时报》供版，每周两期。1996年9月，《今日广东》开始每天向同样对祖国内容需求若渴的《南美侨报》供稿，该报在巴西的圣保罗、里约热内卢、福斯等城市，以及巴拉圭、乌拉圭、阿根廷、智利、玻利维亚等南美国家发行。从2006年1月起，《今日广东》的身影出现在加拿大华文报纸《现代日报》上（1997年5月《今日广东》曾与加拿大的《今日中国报》合作，后因该报停刊而终止）。《现代日报》每周出版六天，《今日广东》从此成为该报每天必有的版面。2007年3月，经《现代日报》牵线搭桥，《今日广东》转战东南亚。此次的合作伙伴更非等闲之辈，对方是由孙中山先生1910年在马来西亚创办的华文报纸《光华日报》，也是东南亚历史最悠久的华文报纸，发行量远远大于前述4报，发行范围覆盖马来西亚、新加坡和泰国南部地区，发行量达10万份^①。

利用海外中文主流报纸，以整体版面订制的形式，向目标国家定期甚至每日传播本地新闻，是一种双赢、节省、高效的外宣模式。这一模式自1994年深圳首创后，已被全国多个省市借鉴和采用。其中做得最好的，便是前述天津的《今晚报》。这一模式也得到相关省市外宣部门的支持（包括一定数量的经费资助），因而得以延续至今。以《今日广东》为例，

^① 辜晓进：《涉外传播与国际化探索》，见《深圳传媒三十年》，吴予敏主编，北京，商务印书馆，2010。

迄今已在世界五大洲连续出版18年。

2010年4月，出于种种原因，《今日广东》在创刊15年之后移至广州，改由南方报业传媒集团编辑经营。

四、深圳外语电视节目由兴而衰

虽然新华社的对外广播和中国国际广播电台的英语节目早已有之，但中国的英语电视节目却起步很晚，是改革开放多年后才有的产物。1986年10月，上海电视台开播中国第一个“英语新闻”节目。两个月后，中央电视台也开播了自己的“英语新闻”节目，这个节目后来发展成为央视的第九频道，并在多国落地。上海的节目后来也发展成为独立的国际频道，目前24小时播出。在京沪之后，天津、武汉等地的英语电视节目也纷纷出现，地方英语电视终于蔓延开来。

深圳电视台于1994年9月创办了“英语新闻”节目，这在全国地方台中也算是比较早的。该节目选在了非黄金时间的晚上11点播出，每次15分钟，节目内容包括本地、广东和国内的新闻，都是从中文电视节目翻译而来。该节目只有编辑、翻译和播音员，始终未配记者，所以没有原创的采访内容。《深圳日报》创办后，成为该节目最重要的新闻来源。应该说，在一个全中文的电视频道中播送这样15分钟的英语节目是比较尴尬的，它不太可能起到为外国人提供信息服务的作用。但从中国办外文媒体的条件来看，这又是必须经历的过程，就像央视和上海的英语频道也起步于镶嵌在中文里的英语节目一样。可惜深圳的英语电视新闻未能完成这一过渡，经过多次起伏，于2008年初彻底停办。

停办的原因，仍与本文前面提到的办外文媒体的三大条件有关。深圳电视台当初办英语新闻节目，“天时”是有的，即政府和主办媒体都有积极性。但人才这个“人和”条件较为薄弱，节目从主持人到编辑制作，没有一个员工具备英语电视节目的工作经验。在节目开办之后，人才也未得到有效的加强和补充，以致在长达10多年的惨淡经营过程中，一直未设置记者岗位以提供原创新闻内容。受众这个“地利”也是存在的，毕竟有数十万外国人在深圳居住，但需要有个引导和过渡。电视台不能指望不懂中文的外国人从一大堆中文节目中寻找外文节目，最终还是要开辟单独的外语频道。而要做到这一点，必须有更加强大的“天时”。

“天时”若足够大，愿意投入，人才问题也是完全可以解决的。可惜的是，这个“天时”，即政府和主办媒体的积极性非但未能持续和增强，反倒不断衰竭，最终消失。“天时”所起的决定性作用，在深圳电视台英语节目的存亡过程以及《深圳日报》未能及时做大方面，体现得最为充分。

事实上，深圳电视台的英语新闻节目开播不久就开始萎缩，逐渐减至每天仅5分钟的节目时长。如此短暂的时间产生了恶性循环，就连学习英语的观众也留不住了。于是在2000年1月31日，节目出了最后一期便告终结。三年后的2003年9月，大概是“非典”肆虐后产生了对外宣传的需求，深圳电视台在第一频道再次开播英语新闻节目，每天10分钟。节目播出的时间也出现过多次变化：起初是晚上10:30，后又推迟至晚上11:45，再后来提前至晚上6:45，最后改到早晨7:50。

关于节目时间频繁变动的的原因，笔者曾向该节目的元老级主持人李沛毅女士请教，她也不太清楚。笔者分析，大概有以下三个原因：一是尽量向黄金时段靠拢，以提高收视率，如从晚上的11:15改到傍晚的6:45；二是为其他节目让路，深圳电视台第一频道后来改为“深圳卫视”，上星后的节目有较大调整，晚间已经容不下这样一个孤立而特色并不明显的英语节目，便从晚上调整到早晨；三是为广告让路，由于没有商家愿意在尚处于起步阶段的英语新闻中投放广告，而其他中文节目的广告又相对较多，英语新闻就必须服从有广告的节日，这也是一个自负盈亏的媒体在缺乏外部援助的情况下办“外宣”的现实困境。

2008年3月，深圳的英语电视新闻节目再次停办，迄今没有恢复的迹象。

五、外国人自办传媒渐成风气

根据中国现行法规，任何自然人或民间机构不得创办报刊、广播、电视等传媒，外国人更在被禁之列。但一些在中国长期居住的外国人还是忍不住铤而走险，私自办起了地下报刊，这在很多沿海开放城市甚至东莞这样的三线城市都能见到。

最著名的是“*That's*”系列杂志。最早是几个外国人在中国朋友的协助下，于20世纪90年代在广州创办的“*That's Guangzhou*”。该刊尽管弄了个江苏扬州某闲置杂志的刊号放在封面上，无疑仍是一份非法刊物。好在该刊旨在为广州的外国人提供吃喝玩乐等生活资讯，不报新闻、不涉政治，客观上起到了为越来越多地来粤外国人服务的作用，弥补了主流资讯的不足，所以政府管理部门便是睁一只眼闭一只眼，并不认真查处。在较为宽容的环境下，该刊广告渐多，开始赢利，竟向其他一线城市复制，出现“*That's Shanghai*”、“*That's Beijing*”等版本。这些非法刊物于2007年被握有刊号资源的五洲传播出版社（国务院新闻办下属机构）收编，加上中文名如《在北京》、《在广州》、《在上海》，后又更名为《漫步北京》、《漫步广州》、《漫步上海》，与其他同名日、韩文杂志形成“城市漫步”系列外文期刊，于2008年1月交由该出版社与中电传媒股份有限公司共同组建的股份企业“天力盛华投资管理有限公司”经营^①。2008年，“*That's Guangzhou*”更名为“*That's PRD*”（漫步珠三角），将覆盖范围延伸至深圳、珠海、东莞等地。如此“招安”并剥夺其经营自主权的做法也未必符合原外籍办刊人的意愿。据悉，当初的一些主要创刊人都已离开“*That's*”系列。

以上只是外国人办地下刊物修成“正果”的孤例，更多的此类刊物，仍处于“地下”不合法状态。以深圳为例，目前最有影响的外国人杂志是日文月刊“KANAN MONTHLY”（*South China Monthly*）。该刊由日本人加藤先生创办于2002年12月，月刊、16开，在香港注册，在深圳及珠三角地区发行。加藤在日本时做过记者，后到深圳大学留学，毕业后去香港工作，创办该杂志后便一直定居深圳。该杂志主要向在深圳及珠三角的日本人提供实用的生活和商务资讯，因此受到日资企业主及日本人的欢迎，在广告上也得到日资企业的支持，目前以会员制形式发行，经济上略有盈余。此外还有韩文报刊，规模最大的是韩文报纸《广东新闻》和《中韩经济文化》。前者创办于1999年，四开周报、50版以上，广告很多，经营效果不错。后者也是周报，四开36版。此外还有一份韩文杂志《生活 LIFE》，由一家韩国广告公司创办于2005年。

由于创办报刊需较多投入且有较大政策风险，更多外国人通过创办网站来扩大影响和提供服务，且多用英文。最有影响的英文网站是 *ShenzhenParty.com*，由美国人 Brent Deverman 及3名法国人创办于2001年8月，主要提供在深圳吃喝玩乐住购等方面的生活资讯，也经常从 *Shenzhen Daily* 上摘录本地新闻资讯和文化信息，目前已有6000多用户。排在第二位的是 *Shenzhen Stuff.com*，该网站由 Asia Stuff Media 创办于2007年10月，服务器在美国托管，网站内容以社交为重点，鼓励陌生人间的相互联系，兼顾深圳的娱乐文化信息。这个定位很符合在深外国人的实际情况，因此较受欢迎，用户人数已达21102人。Asia Stuff Media 还在上海、北京、广州和香港办有类似网站。其他知名网站还包括 *ShenzhenBuzz.com*、*WikiShenzhen.com*（前身为 *ShenzhenHao.com*）、*Whatsonshenzhen.com*、*ShenzhenStandard.com* 等。

外国人明知不合法，却仍冒险在深圳创办媒体，原因何在？试分析如下：

首先是外国人数量越来越多，他们大多数不懂中文，而深圳本地人的英文普及程度虽比内地许多城市好些，但仍然很低，在公共场合获得语言帮助的机会非常少。此外，非英语国

^① 辜晓进：《试谈中国英文媒体之现状》，载《新闻战线》，2010（10）。

家的人口所占比重不断增加。据统计，在深圳约50万常住和暂住的外籍人士中，以日本人为最多（在深圳的外国投资或独资企业也以日资企业为最多），其次是韩国人。韩国人近10年来明显增多，街头的韩国餐馆随处可见，有些社区出现整栋楼房以韩国人为主的现象。以深圳大学的外国留学生为例，2012年共769名，来自57个国家，其中韩国留学生最多，日本留学生其次，分别达236人和84人，排第三位的是俄罗斯人，有54人^①。2006年5月18日，韩国人金在一获得《外国人永久居留证》，成为深圳有史以来第一个获得“中国绿卡”的外国人。

其次是合法渠道提供的外文资讯严重不足，远远不能满足外国人长期生活的需求。从深圳本地的外文资讯来看，按理说已经有了一份英文日报，情况应比其他城市好很多，事实却是远远不够。一方面，《深圳日报》目前的规模还很小，通常只有16个版，且已连续8年未曾扩版。这些版面只能刊登深圳本地、广东新闻及其他中外要闻和本地的文化资讯，难以容纳大量的服务性生活资讯，外国人需要的有关房屋租赁、子女教育、医疗、娱乐、交通、旅游等方面的城市信息不能得到充分的提供。本来这类信息的最佳载体是期刊，但由于严格的管制，国家迄今几乎未批准任何地方城市创办自己的外文刊物。因为缺乏资金投入，《深圳日报》的网站也未能做大，提供的信息并不能满足外国人的需求。而深圳无论是政府还是其他社会机构，迄今也未建成像样的外文服务网站。更重要的是，如前所述，深圳有大量非英语国家的外国人，而深圳迄今没有英语之外的任何合法外文媒体。这样大面积的空白不去合法地填补，必然给非法媒体创造了机会。

第三是宽松的执法环境为外国人创办媒体提供了方便。私下创办报刊，是严重触犯法律法规的行为，政府主管部门对此类中文地下报刊的管理是刚性的，打击行动从未停止过。但同样的管理部门，对外文报刊的管理却柔软得多。早年，日文《华南月刊》曾多次被深圳市文化局的执法大队查处过，该刊一度希望与《深圳日报》合作，甚至希望将该报的刊号印在该刊封面，以规避查处（事实上即便如此处理，也不合法，但可以搪塞一下）。近年这类查处行动很少见到，各种文字的报刊则日见增多。如此柔性执法自有其道理：一方面，此类媒体是深圳这类外向型程度较高、正在努力朝国际化方向发展的城市的重要补充，其信息服务的功能目前还没有其他合法媒体可以代替；另一方面，这类媒体的创办者大都明白中国传媒的底线，一般不涉及时政新闻和政治内容，也不传递黄赌毒等不良信息，因而事实上对社会无害。此外，语言障碍也可能给执法带来一定难度。

一些先到深圳或有媒体从业经验的外国人，正是看准深圳外文资讯严重匮乏的市场机会和管理相对宽松的开放环境，产生了创办媒体的冲动。也有一些外国人出于为后来者服务的公益动机而创办网站，曾有外国人手绘深圳购物地图免费向圈子里的朋友提供，还有自费出版生活图书的。

六、结论：地方涉外传媒需要更多呵护与扶持

地方涉外传媒的对应面是全国性涉外传媒或中央涉外传媒。长期以来，中央涉外传媒，特别是新华社、中央电视台、中国国际广播电台、中国日报社、人民日报社、中新社这“六大中央外宣媒体”，再加上国家外文局（旗下有《北京周报》、《今日中国》等外文期刊和中国网等涉外门户网站），一直得到中央财政持续大力度的支持。近年在扩大对外传播、提升国家文化软实力、鼓励外宣媒体“走出去”的大背景下，上述中央媒体再度获得巨额资金的注入。此举无疑有其合理性，它有助于在较短的时间里促使国家主导的涉外传媒形成规模、增强实力，进而扩大其国际辐射力和影响力。但一个国家的对外传播任务，仅靠中央媒体是难以全部承担的。在中国境内的外国人也不全住在北京，甚至外国人最多的城市也不是北京，

^① 资料由深圳大学国际交流学院提供。

因此“灯下亮”工程更不可能靠中央媒体包打天下。可惜地方涉外传媒的成长和发展在很大程度上被忽略了，或未得到应有的重视。近年中央主管部门和中央财政支持外宣的春风，基本未能惠及地方新闻机构。

这一点至少可从起步较早的广东外文媒体得到验证。国家批准出版的两家英文报纸《广州英文早报》和《深圳日报》，创刊15年来既极少获得地方财政的扶持，更未通过各级外宣部门获得过中央财政的任何支持。它们的发展，除了自身努力外，主要依靠所在的报业集团（两报分别隶属广州日报报业集团和深圳报业集团）补贴资助。近年纸媒开始衰落，集团给予的补贴只减不增，两报因此一直未能发展壮大。据悉，在一直得不到财政支持的情况下，《深圳日报》曾申请仿《上海日报》例，从集团上缴的费用中扣减一定额度用于自我发展（深圳报业集团每年按营业额一定比例上缴费用给市宣传文化发展基金，最多时一年超过1亿元）。该申请已得到深圳报业集团的同意，但迄今未获上级主管部门批准。深圳电视台的英语新闻节目情况也大致如此，其停办也在意料之中。

为何办涉外传媒需要资金支持呢？因为相对于中文媒体而言，目前这类媒体还属于小众媒体，它们的发行量或收视率还不够大，暂时还不能像中文主流媒体那样从广告或其他商业活动中获取丰厚的收入。以《深圳日报》为例，虽然该报近10年来广告收入持续增长，但其绝对数额仍不足以维持其发展壮大。该报在无分文财政支持和集团追加投入的情况下，实现了全数字化网络版，与移动公司合作推出了英文手机报，与国际日报集团合作在美国和印尼发行海外版，已属难能可贵。而《中国日报》和《环球时报》（英文版）做此类项目时，均得到了中央财政的巨额支持。

或问：一些外国人办的媒体如当初的“*That's Guangzhou*”及深圳的地下日韩报刊，为何能够自我维持甚至盈利？原因1：这些媒体不像《深圳日报》这样需要承担大量的外宣任务，它们可以将全部版面用于目标读者需要的商业信息和城市资讯。如《深圳日报》在“高交会”、“文博会”、“大运会”等各类国际文化经济活动及会展中，都是对外宣传的主力，平时还有常规性的政经报道，这类报道很多也与外宣有关。原因2：《深圳日报》在新闻及其他原创内容的采写编辑方面投入较多人力财力，而外国人办的媒体大都以二手信息为主，翻译是其主要内容成本，其雇用的人力也因此得以大大减少，成本也就可以降到最低。原因3：外国人与其本国在华企业有天然的亲近关系，在获取广告方面得以享受便利。以深圳的日韩报刊为例，它们均得到日资或韩资企业的支持，平时广告主要来自这些企业。《深圳日报》在这方面很难与它们竞争。

除了资金扶持，地方涉外传媒的发展还需要一个宽松的政策环境。以城市外文休闲类刊物为例，这本是国际化城市应有的文化产品，但长期以来各地的申请始终得不到批准。而五洲传播出版社依靠直属国务院新闻办的优势，于2007年一下获得8个外文期刊刊号，收编或创办了英、日、韩7种地方外文休闲类期刊和1种全国期刊。这种由总部在北京的出版社管理各地期刊的做法，未必符合地方外文期刊的发展规律，为何不能适当放开，让上海、广州、深圳这样具备条件的一线大城市创办自己的外文期刊？

在刊号不能放开而资金扶持又难落实的情况下，能否对现有报刊管理政策加以适当调整，以满足一定资质条件及委托地方主流媒体监管为前提，允许外籍人士试行一些生活资讯类报刊？

总之，随着改革开放的深入发展和中国国际影响力的不断增强，在全球经济一体化的环境下，中国对涉外传媒的政策应当逐步放开，国家扶持涉外传媒的政策应惠及地方涉外传媒。即便中央财政不给予资金扶持，也应当自上而下促使一些已经具备条件的城市给予相关媒体应有的扶持。从广州和深圳的现实看，一方面城市财政认为涉外媒体是报业集团或广电集团办的，而这些集团经济上早已独立，不应享受财政补贴；另一方面媒体集团觉得涉外媒体是在为城市搞外宣，自己不应长期出钱补贴。这时，来自中央政府部门的推动就显得尤为重要。

近年深圳建设国际化城市的步伐不断加快，硬件设施越来越好，现在最缺的还是信息服务、城市管理、文化融合等“软”资源，这个短板在与邻居香港的比较中日益明显。因此，要改进这一状况进而提升深圳的文化软实力，方法之一便是从政策和资金方面鼓励各类涉外传媒的发展，尽快建成一个开放、包容、相对自由的国际化大众传媒体系。

参考文献：

- 陈日浓：《中国对外传播史略》，北京，外文出版社，2010。
- 辜晓进：《涉外传播与国际化探索》，见《深圳传媒三十年》，吴予敏主编，北京，中国商务出版社，2010。
- 辜晓进：《试谈中国英文媒体现状》，载《新闻战线》，2010（10）。
- 沈苏儒：《忆新中国第一张英文日报：〈上海新闻〉》，载《新闻记者》，2006（6）。

对外传播与海外华语媒体

去殖民化以来“澳门意识”的媒介建构 ——以《文化杂志》“中文版”为研究对象^①

Media Construction of “Macau Consciousness” after De-colonization:
The Case Study of *Revista de Culture-Chinese Edition*

曾一果^②

中文摘要：大众传媒对于城市的叙述深刻地影响着人们对于城市的认识。本文以 1987 年创刊的澳门《文化杂志》“中文版”为考察中心，探讨 20 世纪 80 年代以来这份杂志有关澳门的叙述。论文认为从 1987 年至今，《文化杂志》的“澳门叙述”变化很大。因为澳门一直处于中国和西方文化交汇的多重话语空间，围绕着“澳门”，不同的权力话语建构着不同的“澳门身份”，塑造了不同的“澳门形象”。

关键词：去殖民化，文化殖民，回归叙事，本土意识

Abstract: The mass media's narration to the city has profound influence on people's understanding of the city. Taking the Chinese Edition of *Revista de Culture* found in Macau in 1987 as the case, this paper discusses its narration on Macau ever since 1980s. The paper observes a big change of the narration since 1987. Since Macau is at the intersection of multiple discourse space with Chinese and western cultures influence, different power discourses have constructed different "Macau identities", and created different "Macau images".

Key Words: de-colonization, cultural colonization, regression narrative, native consciousness

^① 本文为 2011 年江苏省教育厅项目“当代中国城市形象的媒介建构研究”（2011SJB860003）课题和 2011 年江苏省社科基金项目“江苏城市形象的媒体塑造与传播研究（11TQC008）阶段性成果。

^② 曾一果：苏州大学凤凰传媒学院新闻传播系教授，江苏省“青蓝工程”中青年学术带头人，苏州大学中国城镇化研究中心。

引言

在当代中国城市文化研究中，上海、香港和北京均是热门话题，但澳门这个开埠最早的城市却少有学者关注，人们对于澳门的城市印象，似乎仅仅停留在“赌城”这两个字眼上。其实在近代史上，澳门一直扮演着重要的角色，它是西方进入中国的首站，被西方人称为“上帝圣明之城”；同时，它是中国接触西方的“前站”，近代史上的著名人物如林则徐、屈大均、孙中山都与澳门结下渊源。四百年以来，中国、西方和东南亚文化，都在这里不断交汇、碰撞，形成了多重文化景观。一句话，澳门从来都不是那么简单。

“澳门”到底是中国城市，还是西方城市？如何认识澳门与中国、澳门与葡萄牙的关系？文化上的多元复杂，让澳门的身份认同成为一个重要议题。因为在不同的历史阶段，围绕“澳门”纠缠着各种权力话语，它们以不同的方式叙述和建构澳门，塑造了各种各样的“澳门形象”，如“赌城”、“一个葡萄牙城市”、“中国城市”等等。由于大众媒体对某个城市的叙述和报道，深深影响着人们对这个城市的认识。本文即以澳门的一份重要期刊《文化杂志》“中文版”为研究对象，从文化叙述与身份认同的关系切入，考察20世纪80年代以来，这份杂志如何叙述和建构“澳门形象”，不同时期“澳门叙述”的差异所在，进而探讨产生差异的深层历史、政治和社会动因。

一、“去殖民化”与澳门意识的产生

《文化杂志》创刊于1987年3月，是一份由澳门文化学会主办的大型文化杂志，以季刊形式出版，至今没有中断（偶尔会两期合并出版）。澳门文化学会成立于1982年，是今天澳门文化司署的前身——一个官方文化机构。杂志创办时以葡语、英语和中文三种文字发行（这个传统一直延续到2002年），编辑部地址设在澳门高地乌街27号。首任社长是澳门文化学会主席彭慕治，主编则由官龙耀担任，他们均为葡人。从创刊开始，官龙耀就是《文化杂志》的主编，他在这个位置上一呆就到了2002年。

就内容而言，《文化杂志》主要可以分为两个时期：“回归”前和“回归”后。作为一份“官办刊物”，《文化杂志》直接受政治环境影响，正是在不同政治力量的支配下，在不同时期，《文化杂志》的“澳门叙述”存在着巨大差异。本文关注的是，不同的话语力量如何介入进来，影响杂志对于澳门的叙述和建构。由于《文化杂志》以三种文字出版，内容基本一致，出于语言的习惯，本文选择了《文化杂志》的“中文版”为考察对象。^①在展开具体考察之前，我们先简要介绍一下这份杂志创刊的背景。根据历史资料，20世纪70年代末，澳门经济腾飞，进入了一个发展的“黄金时代”：

1976—1981年，澳门的生产总值平均年增长率为16.7%，是世界上经济增长率最快的地区之一。1984年，澳门的国民生产总值（GDP）达到78亿澳门元，相当于10亿美元；1983—1984年，澳门的人均国民生产总值（GNP）为2800美元，在全世界180个国家和地区中排列第52位；在东南亚排第5位，仅次于文莱、新加坡、香港和台湾。^②

^① 后面提到的《文化杂志》，都是指《文化杂志》的“中文版”。

^② 黄启臣、郑炜明：《澳门经济四百年》，175页，澳门基金会，1994。

这主要得益于制造业、工商业的发展，以及中国内地环境的变化。澳门经济的繁荣推动了城市文化和传媒产业的发展。以华文纸媒为例，除了《澳门日报》、《华侨报》、《大众报》和《市民日报》这四大老牌纸质传媒之外，出现了许多新的市民报纸、杂志。如1982年3月《正报》创刊^①，1986年《澳镜》杂志创刊（澳门社会科学学会创办），1988年《澳门研究》创刊，1993年《澳门月刊》创刊，1997年《澳门杂志》创刊。《文化杂志》正是在这样一种城市文化需求的氛围中创办。

其次，《文化杂志》的创刊与葡澳当局的“去殖民化”（de-colonization）政策有直接关系。在四百多年里，葡萄牙当局一直对澳门实行“殖民统治”，将澳门看成是葡萄牙领土，派遣总督在澳门驻扎军队，行政制度和城市建设参照葡萄牙体制架构。不过，20世纪以来，亚非殖民地掀起了反殖民运动，西方殖民体系日趋瓦解。为了巩固殖民统治，阻挡共产主义对中国对澳门的影响，在20世纪50年代，葡萄牙当局试图借举办“澳门开埠400周年纪念”活动之际，将澳门直接改为葡萄牙的一个“海外省”。但这一阴谋没有得逞，遭到了殖民地华人的强烈抵制。最终，葡澳当局只得准备不足为由，放弃了开埠400周年的纪念活动。1966年10月15日，在中国文化大革命的影响下，华人与澳葡当局发生了严重冲突，冲突导致40人受伤，64人被捕。事件并没有因此结束，12月1日、2日和3日，史称“12.3事件”的更大规模冲突爆发，在整个事件中，共有8人死亡，123人受伤。施白蒂将冲突归咎于“中国文化大革命回响声造成的政治紧张”；“‘自由’概念冲击着澳门当时实行的‘殖民地’概念。”^②华人高涨的反殖民情绪，迫使殖民当局不得不调整“殖民政策”。为了改变葡萄牙人在华人群体中的负面形象，葡澳当局开始考虑放弃“殖民主义”。同时，在葡萄牙国内，1974年葡萄牙爆发了“4·25革命”，左派军队发动政变，成立了新政府，新政府宣布放弃非洲和澳门等海外殖民地。1976年，葡萄牙新政府颁发了《澳门组织章程》，公开承认“澳门主权属于中国。”^③1979年中葡建交，1987年3月26日中葡发表了《联合声明》，确定澳门主权于1999年正式移交给中国。《文化杂志》亦是在这一年3月创刊，显然这不是巧合，而是葡澳当局意识到历史已经无法逆转。为了维护葡萄牙和澳门土生葡人在华的利益，同时也为了加强澳门与葡萄牙之间的联系，葡澳当局开始制定一系列新的“文化政策”，吴卫鸣、陈炳辉曾在《文化遗产、怀旧意识与城市文化形象》一文中指出：

而在过渡期的澳门历史境况中，由于葡国殖民时代结束前后的正常影响，以及澳门政府的去殖民化（de-colonization）进程，澳门本地在20世纪80年代末期，渐渐出现了一套崭新的历史文化论述。1979年，中葡两国签署协定，宣布澳门不再处于殖民地的政治地位。而是一个在“葡国管治下的中国领土”。……一时间，整个澳门的城市形象，迅速地由一个“在东方的欧洲城市”转变为一个“东西方交汇的城市”。^④

葡澳当局打算利用《文化杂志》对澳门展开一种“新叙述”，变过去的政治主导为文化

^① 舒静：《澳门中文报业一百年（1840-1950）》，载《濠镜》，1986（创刊号）。

^② 施白蒂：《二十世纪澳门编年史（1900-1949）》，金国平译，74页，澳门，澳门基金会，1999。

^③ 黄鸿钊：《澳门简史》，331页，香港，三联书店（香港）有限公司，1999。

^④ 吴卫鸣、陈炳辉：《文化遗产、怀旧意识与城市文化形象》，载《文化杂志》，2006（66）。

主导,实行“以文化为主,政治为辅”的政策。在“创刊号”上,便刊登了葡萄牙总统苏亚雷斯的一段“讲话”：“终于,我们将推行一条符合澳门实际,重视澳门独特价值的文化政策。澳门是不同文化汇聚之地,数世纪以来,中西文明和睦共处,互相尊重。”^①“终于”一词恰恰说明,葡萄牙对澳门采取新的文化政策,并非心甘情愿,而是迫于现实环境。第2期《文化杂志》(1987年)发表了《联合声明与澳门文化复兴》:

十九世纪的反殖民主义,即由欧洲人在美洲建立的殖民地争取独立,纯属政治冲突现象。

同宗主国的决裂没有导致文化的变迁,仍旧保持欧洲文化,因为当地土人没有参与到欧洲殖民者与他们本国政府的决裂冲突之中。

.....

澳门,自从葡国人踏上这块土地直到今天,从来没有表现出典型的殖民地特征。记得在联合国大会上,中华人民共和国代表团团长(后任外交部长)黄华不赞成苏联代表团将澳门和香港列入需要解放的殖民地名单上,指出它们属于中国领土,只是体制不同而已。

正是在这段历史时期,耶稣会在澳门创立了远东第一所大学,成为在中国宣传西方文化的中心和向西方宣传中国文化的传播站。^②

《联合声明》要求人们“不应该偏重战事、武力和统治”^③,而要以更高的文化视野看待葡萄牙的“远东史”,并有意识地将葡萄牙与英、法等殖民者形象区别开来,强调葡萄牙虽在澳门有四百多年历史,但澳门却从没有表现出“典型的殖民地特征”。这就是葡澳政府对于澳门的“新叙述”——将葡萄牙在澳门的“殖民史”转化为一种“文化传播交流史”,“澳门就是一部文化史册,它由两国民族共同谱写”作为一个宣传标语印在每期杂志上。

《文化杂志》是展开“新叙述”的主要工具,1999年之前以由葡人主导的《文化杂志》,绝大部分文章避谈政治和殖民话题,竭力夸赞澳门是中西文化融合的“传播站”。不仅如此,葡澳当局还举办了多样化的文化活动,如从1993年至1999年,葡澳当局一共建筑了十三座“友好纪念物”,以此证明葡萄牙和中国之间的友谊源远流长。

成立文化学会、创办《文化杂志》和建立纪念碑等手段,确实改善了葡萄牙在中国和澳门的殖民形象,但这没有从根本上消除其“殖民性”。后殖民理论家刘禾在《帝国的政治》一书中曾指出西方人在中国的“负面形象”,恰恰肇始于16世纪葡萄牙人在中国沿海的活动,经常在中国沿海出没的葡萄牙人“时常造成劫掠杀戮的事件”,以致“当耶稣会传教士利玛窦来华传教的时候,他不得不费神地扭转安德拉德等葡萄牙人给民众留下的恶劣印象。”^④郑

^① 《葡萄牙共和国总统和澳门总督讲话摘要》,载《文化杂志》,1987(创刊号)。

^② 彭慕治:《联合声明与澳门文化复兴联合声明》,载《文化杂志》,1987(2)。

^③ 同上。

^④ 刘禾:《帝国的话语政治——从近代中西冲突看现代世界秩序的形成》,张立华等译,134页,北京,生活·读书·新知三联书店,2009。

妙冰在《文化特色：澳门的身份认同》一文中也说，葡当局的文化举措是“葡方为了于离开澳门之前塑造一个仁慈的‘殖民者’形象，想出了自我粉饰的策略。”她进一步指出，这种文化政策的背后，体现的是一种“殖民恩泽”：

新建的友谊纪念物显示殖民恩泽的胜利，葡萄牙人成为文化的施主，驱除了后殖民时期的成见；又可以视为后殖民时尚的预演，预祝殖民篇章的结束。更明确地说，友谊纪念物有助于确立澳门于后殖民年代的身份认同。^①

因此，我们在后面会继续分析，“去殖民化”不代表殖民主义已经消失。借助于《文化杂志》，葡澳当局主要推行的是“葡国文化”，培养澳门人的葡国认同意识，如“扩大对讲葡语和葡人后裔社会的支持，增进他们之间以及与葡萄牙、巴西和非洲讲葡语国家联系和互助，传播传统文化的精萃”和“创立葡文、中文和澳门所处地区所用之方言教学条件，以及亚太地区大学葡语师资”等等。

二、《文化杂志》的“澳门叙事”

《文化杂志》是在澳门社会经济发展和“去殖民主义”的历史语境中产生，但上面说过，在“回归”之前，《文学杂志》努力宣扬澳门是中西文化“交流之城”的话语背后，仍然隐含着浓厚的“殖民意识”。当然，这不是一种直接的殖民统治，而是借助于话语来实现，即通过文化叙述灌输殖民文化，可以说是一种“文化殖民主义”。

官龙耀长期担任《文化杂志》的主编，直到2002年才卸任。在他担任主编期间，主要依靠葡人作者为杂志撰稿，其中著名的有文德泉神父、潘日明神父和费尔南德斯等，华人作者在《文化杂志》上露脸机会很少。文德泉、潘日明神父等人一直从事整理、收集有关澳门的历史文献，日记、图片和文字等资料的大量运用，使得他们对澳门的历史书写显得客观公正，但事实上，他们的澳门书写并不客观，字里行间流露出浓厚的“葡国意识”。他们多选用与葡萄牙相关的资料，漠视大量中国文献，并不惜一切手段通过话语修辞和文化想象，美化葡萄牙殖民者。例如罗德礼·泰克在1993年的《文化杂志》发表了《中国和葡萄牙的海上策略》一文，比较了明朝时中葡“海上策略”的差异。泰克竭力维护葡萄牙的声誉，认为葡萄牙的枪炮“‘吓坏了’亚洲的海岸”的论点有问题，他强调“葡萄牙的枪炮主要对准摩尔人，很少对着有其他信仰的人。”^②1998年夏季号《文化杂志》的封面是一位葡萄牙摄影家所拍的澳门建筑，杂志对图片进行了这样一番“解读”：

从高瞻远瞩的世界史视野去观察，葡萄牙曾经扮演了欧洲历史发展的中介角色，起了东西文化通道和传媒的重大作用。葡萄牙的使命是将希腊和罗马留给人类的遗产分赠给各个地方。^③

^① 郑妙冰：《文化特色：澳门的身份认同》，载《文化杂志》，2003（46）。

^② 罗德礼·泰克：《中国和葡萄牙的海上策略》，载《文化杂志》，1993（13、14）。

^③ 《封面说明》，载《文化杂志》，1998（35）。

“中介”、“遗产”、“赠给”，这些词汇将葡萄牙了打扮成一个王斑所说的“崇高形象”，葡萄牙不是“殖民者”和“侵略者”，而是“施恩者”和“帮助者”。他们帮助中国皇帝打败“海盗”，传播上帝福音和西方文明，他们获得澳门全是因为帮助中国人打败了海盗所得到的“回报”；“由于对中国皇帝所作的巨大贡献值得记忆，中国皇帝同意把这块盗贼带着赃物躲藏的地方——澳门给他们居住。从这时起，葡萄牙安家落户了。”^①

种族中心主义的殖民观支配着他们的“澳门书写”，近代以来澳门城市和社会的种种变化，均归功于葡萄牙，是葡萄牙建立了澳门，让其变为一个现代文明之城。潘日明神父在一篇文章中，借助于19世纪西方游人的“日记”，竭力讴歌推动澳门城市化的总督罗萨：

澳门绿化的伟大推动者及其创造绿化区的有功之臣是托马斯·德·索萨·罗萨（1883—1886任澳督）。他非常热衷于绿化，他不是坐在办公室里发号施令，而是亲自去教授人们怎样做。阿尔多福·洛雷洛工程师在他的《在东方——从那波勒斯到中国》一书中，谈到他1883年曾陪罗萨总督参观过二龙喉（Flora）的苗圃，他这样写道：“我们曾在那儿检查苗圃和种树的情况。我的好朋友罗莎时常拿起锄头教中国人怎样种树，他简直像里斯本郊区的一位农民，知道怎样整理苗床，选种和浇水。”^②

罗萨被其描绘为一个勇于牺牲自我、热爱澳门的总督，他忘我工作，改变了澳门城市面貌，他“教会”了中国人种树，并在澳门建立了最早的西方学校。潘日明继续写道：“中国人怀着对我们理政威望的极大敬意在那里学习葡萄牙语。”^③说中国人怀着“极大的敬意”到卡洛斯学校学习葡语，历史真是这样吗？显然，这是潘日明神父对中国人的一种“殖民幻想”，想当然地认为中国人都乐于接受殖民教育，正是在字里行间，殖民意识显露无疑。潘日明的文章虽然提到19世纪的澳门曾存在“洋人区”和“华人区”，洋人区居住在半岛中、南部，以教堂、学校、军队和修道院为主，华人区则“靠近内港的边线，从妈阁庙到莲峰庙，穿过巴扎里尼奥，红窗门街，巴扎尔和圣母望德堂，一直延伸到望夏斜坡，聚集、发展成北郊三个以农业和捕鱼业为主题的村庄。”但作者只用一句“葡萄牙和中国两个社会，隔墙相望，和睦相处，其乐融融”^④便将两个社会之间的身份区隔一笔勾销。

在他们所绘制的这一幅中葡友好的和谐图景中，中葡之间事实存在的差异、纷争和冲突被有意无意地忽略。即便涉及亚马留总督（被中国人杀害）也是如此。亚马留当总督时，因为强行霸占华人土地，遭到殖民地华人的强烈抵抗，结果他被愤怒的华人杀害。但文德泉神父却认为亚马留之所以“不幸丧生”，是其善意的举动被“少数中国人误解”。^⑤其解释处处维护殖民者的形象，无视历史真相，完全忽略了殖民地华人的真实感受。

在殖民文化思想的支配下，传统赤裸的殖民统治转变为一种隐性的“文化殖民”。文德

^① 塞利娜·玛利亚·维加·奥利维拉（Celina Veiga de Olivera）：《略谈澳门》，载《文化杂志》，1987（3）。

^② 潘日明神父：《百年华人区》，载《文化杂志》，1989（7、8）。

^③ 潘日明神父：《十九世纪的澳督与澳门生活》，载《文化杂志》，1989（7、8）。

^④ 潘日明神父：《百年华人区》，载《文化杂志》，1989（7、8）。

^⑤ 文德泉神父：《一八五四年美国海军准将佩里看到的澳门》，载《文化杂志》，1989（7、8）。

泉神父等人借文字书写，试图让人相信澳门自古就与葡萄牙以及整个西方文明有关，是上帝赐予葡人的“上帝圣名之城”。1998年《文化杂志》推出了“澳门四百年城市建筑遗产”“特辑”，主编官龙耀发表了如下“感言”：

近十年来，人们走上了发现他人、理解他人的道路，使所有种族中心主义的陋习和偏见眼看被摧毁殆尽。这是一条通往世界大同和人类博爱之唯一乐土的康庄大道。^①

官龙耀宣称所有种族中心主义的陋习、偏见已被“摧毁殆尽”，澳门变成了非种族主义城市的“典范”——一个由中葡人民共同创造的“城市”。但在这一期上，澳门城市的发展被叙述为葡人的功劳。为了配合所谓的“去殖民化”，一些文章干脆声称在澳门并不存在“殖民地建筑”：“在澳门还谈不到‘殖民地建筑’，因为在这里看不到非洲或巴西非常普遍的建筑特点。”^②科斯塔如此刻意强调澳门建筑的“非殖民色彩”，恰恰说明葡澳当局试图通过“文化叙述”，抹杀殖民历史，从而让澳门人相信“殖民者”其实是“非殖民者”，他们来到澳门是出于一种“无私奉献的美德”。

但是在“回归”前，《文化杂志》的“文化”并不是对澳门人负责，而是对葡萄牙负责。官龙耀等人眼里的“文化”，主要是“葡国文化”，《文化杂志》的价值在他们看来，便在于宣扬了“葡国文化”：“澳门即葡萄牙在东方和世界存在的连续性之不可替代的工具，也是葡萄牙与中国间的互相认识不断加深及其历史交汇连续性之不可替代的工具。”^③

官龙耀甚至强调：“文化也是一种战争”。^④所以，“去殖民化”、“非殖民化”背后恰恰包含着一种根深蒂固的“殖民意识”，葡澳当局借助杂志推行“文化殖民主义”，以让殖民地人民相信，葡萄牙当局不曾奴役他们，澳门自古与葡萄牙密切相关，使他们对葡国文化产生一种认同感和归属感，从而实现“再殖民化”。

这种文化殖民的企图不仅华人，就连不少葡人也看穿其本质，根本不相信葡萄牙对澳门不存在“殖民历史”。一位葡萄牙建筑师说澳门其实从来就不是“一个得到协调发展的社会”。他认为宣称澳门是中葡人民携手创造之类的话，不过是“一种为政治上的需要而进行的粉饰”。在他看来，中葡之间存在着深刻的差异和裂痕，从来就没“真正友好过”：

葡中关系从来就没有超越过冷冰冰的阶段，因为中国人不信任我们，不信任我们所作所为，不信任我们的谋略，不信任我们的承诺；甚至可以说直到现在也不理解我们，不相信我们，不接纳我们。

从我们这方面来说，我们也从来就没有深爱过中国人，事实上我们更注重发展同南半球的人民、特别是非洲人和巴西人的直接关系，因为我们感到发展同他们的关系容易得多。^⑤

^① 官龙耀：《编辑前言》，载《文化杂志》，1998（35）。

^② 科斯塔（Maria de Lourdes Rodrigues Costa）：《澳门建筑史》，载《文化杂志》，1998（35）。

^③ 马若龙：《宗旨》，载《文化杂志》，1992（9）。

^④ 官龙耀：《编者前言：创刊十年》，载《文化杂志》，1997（30）。

^⑤ 菲格拉：《澳门究竟是怎样的一座城市》，载《文化杂志》，1998（36、37）。

布尔奈也坚决否定“非殖民主义”说法，他认为澳门的特色就在于它是“殖民城市”，不同历史时期的建筑具有浓厚的“殖民主义色彩”：“这些机构及其建筑物，通过它们同城市的关系、它们的形式与建筑风格，明显地既是强加的社会、政治与文化变迁的代表，也是实行这种变迁的工具，并且它们也代表了实行由于帝国的存在从而也由于殖民地的存在而带来的社会与种族隔离。”^①

在此隐蔽的殖民话语体系中，葡萄牙/澳门、葡萄牙/中国被置于不同的位置上，葡萄牙代表着先进的“西方文明”，澳门和中国虽有神秘的“异国情调”，但却是落后、野蛮之地。《文化杂志》经常刊登16世纪以来西方旅行家在澳门的“旅游见闻”，如《东方概要（手稿）》、《德·波瓦公爵在澳门》等，这些旅游见闻充斥了此类描绘：“中国人都是些蛮人”^②、“中国人都吃猪肉、牛肉和所有其它动物的肉。……在马六甲看到的人身体瘦弱不堪，还偷窃东西，这是下等人。他们吃饭时（用右手）拿两根筷子。”^③总之，中国人被描绘为一群稀奇古怪，不可理喻的种类。

不过，尽管借助于《文化杂志》等，葡澳当局继续推行“文化殖民”政策，但随着1987年3月26日《中葡联合声明》发表，澳门将交还中国已是铁板钉钉的现实。以官龙耀为代表的葡人越来越感到不安，在努力盛赞殖民政府在澳门“丰功伟绩”的同时，他们亦为葡萄牙在东方衰落的事实感到悲伤。1994年《文化杂志》便发表了葡人 Graciete Batalha 的一首诗，对澳门前途忧心忡忡：

澳门，你将走向何方？

明日你将变成什么样？

你已不属于葡萄牙，

但也不太像中国……

可澳门属于中国，

Macau 却来自葡萄牙语，

但是此刻，我的故乡，

我将把双脚置于何方？

慷慨的澳门之子，

^① 布尔奈：《变动与建筑——澳门的建筑与殖民主义》，载《文化杂志》，1998（36、37）。

^② 《德·波瓦公爵在澳门——1867年2月》，载《文化杂志》，1995（23）。

^③ 托梅·皮雷斯：《东方概要（手稿）》，载《文化杂志》，1997（31）。

活着的母亲的孤儿，却这样……

我无声啜泣的人民

却不知路在何方……

慷慨的澳门之子……

明天我将会是什么样？

这首诗描绘了澳门夹杂在中葡之间的“尴尬处境”，并站在葡萄牙的立场表达了对澳门的担心。在作者看来，澳门一直在葡萄牙“母亲”的呵护下成长，现在却变为一个不知路在何方的“孤儿”。这期《文化杂志》的内容也特别聚焦了一群所谓的“孤儿”——土生葡人。官龙耀亦在“编者前言”里表达了对“土生葡人”群体未来境遇的“担忧”：

但是，四个多世纪以来，他们一直是不断繁荣的港口之城的开拓者、奠基人和建设者，是文明史上最壮观的文化交流的服务者；他们作为游离于历史上各强大势力之间的一支弱小群体，却曾抵御无数次袭击，顽强地与贫困抗争；他们无往而不胜，忠诚无比；他们让时间证明了具有生存的最伟大天才。

他们本身是不同种族的产物，并一直延续了几个世纪。他们一直效忠葡萄牙国王，始终是“天之子”的盟友。他们游荡于西方精神与东方血缘之间，他们是外交编年史上扮演着最令人震惊的联盟政治的主人翁。

今天我们亲历了他们那种被没有祖国这一烙印深深折磨着的悸痛。

我们愿谦卑地向伟大的中华民族介绍一个迄今还甚少被她垂询的这个澳门土生群体的最初轮廓，由于受到华夏血缘和中华文化的滋润，这无疑已成为她的一份遗产。^①

这一段话代表了一种昔日殖民帝国的“失落情绪”，官龙耀完全站在葡萄牙人的立场表示：“在已出版的《文化杂志》中，本期可能是最富于情感的一期了，至少葡萄牙人这么看。因为我们要将这一期献给澳门土生葡人，他们是上帝圣名之城遗产中的精华和活生生的幸存

^① 官龙耀：《编者前言》，载《文化杂志》，1994（20）。

者。然而这一群体现在却出现了衰退的征兆。”^①

这个“前言”表达了昔日殖民帝国的“不甘心”。不过，面对现实，为了保持和延续葡国文化，葡澳当局又不得不放低姿势，寻求与接管澳门的中国“对话”。官龙耀、马若龙等将希望寄托于《文化杂志》，马若龙高度评价了《文化杂志》的作用是建构“共同意识”，此共同意识核心其实是“葡国文化”。他还要求在新的历史阶段里，《文化杂志》保持一种“延续性”。为此，他将文化夸大为一种超越政治、民族和意识形态的“体制性”，目的很简单，即是希望“回归”后，《文化杂志》仍然充当葡萄牙的“代言人”：

《文化杂志》，已是社会学者们共同的园地。这点，至少某些社会学思想家是这样认为的。它在帮助人们认识凝聚人们共同生存的社会体系方面，确起着核心作用。而这一体系是具有处于居于社会之上而不受偶然和突发事件影响的地位。从本期开始，作为一个参与和对澳门文化司署主办的《文化杂志》负有领导责任的我清醒地知道，《文化杂志》是以深远精神构思的，具有永久性，故而，它具有法制的感召力。这正是本届文化司期在此以这一简短出版宗旨想强调的真义。《文化杂志》也将自本期开始一个新的阶段。值此，我首先要提出“连续性”这个词。其次，要提出“信心”这个词。……文化的要素包罗万象，也具有根植于历史现象和凌驾于社会暂时转变之上的“体制性”。^②

不过，这显然是官龙耀、马若龙等人的“痴心妄想”，这样根深蒂固的“殖民情结”自然不被中国人所接受，“回归”之后，一切将迅速改变。

三、“中国澳门”：《文化杂志》的历史重构

美国新历史主义者海登·怀特说：“历史境遇并没有内在的悲剧性，喜剧性或传奇性。历史境遇也许全部具有内在的讽喻性，但是我们没有必要那样去解释他们。一个历史学家只需要转变他的观点或改变他的视角范围就可以把一个悲剧境遇变成一个喜剧境遇”。^③这一点在《文化杂志》的叙述上得到了验证。

1999年12月20日，葡萄牙将澳门政权正式移交给中华人民共和国，澳门“回归”中国。伴随着澳门政权的“回归”，《文化杂志》自然也“回归”了。这体现在编辑队伍、栏目设置、作者群体和编辑方针的变化上。尽管迟至2002年，官龙耀才正式卸去《文化杂志》主编职务，但作者群体在“九九回归”之前的一年里，已经大变样。例如1999年春季号的《文化杂志》上竟已没有一个葡人作者；2002年，官龙耀不再担任主编，由何丽赞等人组成了一个新的“编辑委员会”，《文化杂志》的变化就更大了。官龙耀在任时，始终坚持以“中文”、“葡文”和“英文”三种文字出版；但2002年官龙耀卸任，“葡文版”立刻被取消，只

^① 官龙耀：《编者前言》，载《文化杂志》，1994（20）。

^② 马若龙：《宗旨》，载《文化杂志》，1992（9）。（注：可能由于历史原因，这期在年份和季度上有些混乱。按照期数，这期应该是在1990年出版，但可能在历史上是推迟到了1992年出版。）

^③ [美国]海登·怀特：《作为文学虚构的历史文本》，见《新历史主义与文学批评》，张京媛主编，165页，北京，北京大学出版社，1993。

剩下中文和外文（英文）。下表是“回归”前后杂志的“主要变化”：

年份	编辑队伍	杂志出版	作者群体	编辑倾向
1999年之前	由官龙耀任主编，加上中文、葡文和英文编辑等组成编委会	由葡文、中文和英文三种文字出版	“回归”之前大部分作者都是葡人，华人作者少	倾葡萄牙立场
1999年之后	逐渐过渡为以何丽赞、黄晓峰等为主的编辑委员会	逐渐过渡为中文和英文两种文字出版	逐步变为华人作者为主，少量葡人作者	逐步过渡到亲中国大陆立场

上述变化，带动了《文化杂志》内容的改变。这主要表现在两方面：其一便是“去葡国化”，减少对葡萄牙文化的推广、介绍，减少澳门与葡萄牙关系的历史叙述；其二是与之相应的“回归叙事”，欢呼澳门“回归”，重新勾勒澳门与中国历史文化的关联。

前面已讲过，官龙耀当主编期间，《文化杂志》作者群主要由葡人组成，“办刊方针”亦很明确，即维护葡国文化和葡国形象，借助于媒体杂志，处心积虑地将澳门美化为“一个富有西方魅力的独特城市”，借此希望“回归”后，葡国文化仍在澳门赢得认同。

但是，中国一直强调“澳门主权”自古就属于中国，特别在“回归”前后，“去葡国化”的进程明显加快，华人作者群强调的是澳门与中华文明一脉相承的关系。1999年春季号的《文化杂志》仍由官龙耀当主编，但这期的“编者前言”却是由中文编辑黄晓峰撰写，黄晓峰在“编辑前言”中继续强调澳门是中西交往的“触媒”，但是叙述中心却已转移，“澳门”不再是东方了解西方文明的媒介，而是西方人需借它了解博大精深的“中国文明”。在“前言”中，黄晓峰还猛烈抨击那种将澳门历史仅书写为葡萄牙扩张史的历史观。他借助布罗代尔的理论，呼吁杂志作者应该摆脱澳门仅仅是殖民地史的“陈旧框架”：

澳门史的研究者必须彻底摆脱“殖民地史”的陈旧框架，不能再盲目附和地老是将澳门四个世纪以来的历史进程视为葡萄牙扩张史的延续了。正如澳门的主权从来就属于中国的那样，早在明代，澳门就是被当作“化外之地”的一个开放港模式加以利用的。如果以西方或种族中心史观所包括的“冲击——回应”模式、“传统——近代”模式和帝国主义模式来生搬硬套所谓的“澳门模式”，藉以作为研究澳门过往政治经济和社会史的框架，那就是无视中国社会发展的强大的原动力，亦有悖于历史辩证前进的客观真实。^①

这篇“前言”意在颠覆官龙耀等人的殖民文化理论，重新将澳门纳入中国文明的叙述框

^① 黄晓峰：《编辑前言》，载《文化杂志》，1999（38）。

架中，代表了澳门华人的一种普遍民族情绪。黄晓峰认为基督教和佛教的中国化，以及妈阁庙和观音庙在澳门的建立，均足以说明“即使葡萄牙人在这个半岛煞费苦心着意经营的几个世纪里，澳门也从来没有失去中华民族传统的文化特色。”^①对于这篇“前言”，具有浓厚“葡国意识”、仍然在位的主编官龙耀读后，不知是何滋味？另外，黄启臣等历史学家，也对葡萄牙对澳门统治四百多年的历史观表达了质疑。黄启臣认为，从1887年中葡签订《中葡和好同条约》开始并于次年生效，“中国政府对澳门行驶主权才遭到破坏。”^②

读者在1999年之前的《文化杂志》上，读到的多是描写澳门与葡萄牙的历史渊源，贾梅士、亚马留、大三巴牌坊、总督府这些与葡萄牙相关的历史、艺术和文化被大书特书。例如在1998年夏季和秋冬两季《文化杂志》“澳门四百年城市建筑遗产”的“特辑”中，科斯塔、费尔南德斯等人介绍了澳门的城市建筑，但基本都是葡国建筑，中国建筑很少被提及。弗洛雷斯在另一期上干脆说“澳门是一个葡萄牙城市”。^③但在1999年后，随着华人作者群增加，《文化杂志》的叙述倾向明显发生了变化。大量关于中国的历史、艺术、建筑、人物的知识被挖掘出来。如1999年春季号的《文化杂志》所编选的“文章”，竟没有一篇是葡人的。这些文章叙述了中国文明的伟大成就，并努力证明黄晓峰在“编辑前言”里所说的“澳门的主权从来就属于中国”的说法：

栏目	作者	题目
文化	姜伯勤	《澳门莲峰庙与清朝鼎湖山禅宗史》
	姜伯勤	《澳门普济禅院藏归金日记研究》
	何建明	《观本与澳门近代禅净佛教的传入和发展》
	何建明	《略论清代澳门与内地的佛教文化关系》
	何建明	《竺摩法师与抗日战争时期的澳门佛教文化》
	蒋纬铤	《澳门弘仁阁探讨三题》
	范明三	《早期上海天主教与澳门的关系》
	陈占山	《康熙初排教案争执焦点问题探究》
	莫小也	《从〈诵年珠规程〉到〈出像经解〉》
历史	罗兰桂	《〈康熙朝满文朱批奏折全译〉有关西洋传教士及澳门史料辑落》
	施存龙	《康熙君臣谈澳门》
	田映霞	《陈沂〈澳门〉一书中保存的中葡澳门交涉史料》
文学	章文钦	《明清时代的澳门诗词》
	李成俊	《凌稜〈有情天地〉序》
	高戈	《怀想窗外的逝影》
	凌稜	《〈有情天地〉里的一串故事》

在“回归叙事”的话语结构中，澳门的前途一片光明，哪里像官龙耀等人所说的那么“黑暗”。1999年夏季号《文化杂志》的“编者前言”仍为黄晓峰执笔，这时离中葡交接时间更近了，黄晓峰这样记叙他的“兴奋之情”：

^① 黄晓峰：《编辑前言》，载《文化杂志》，1999（38）。

^② 黄启臣：《澳门主权问题的历史再审视（1553-1999）》，载《文化杂志》，2000（41）。

^③ 弗洛雷斯：《“葡萄牙染色体”——16-18世纪澳门特色的形成》，载《文化杂志》，2003（49）。

我们正在凝神屏息倾耳谛听澳门回归祖国的倒计时钟滴嗒滴嗒、一分一秒接近零点的终止时刻。澳门居民终于在这种难以表达亦无法描摹的一弹指间、一霎眼间、一刹那间的历史关键时刻,亲身感受到并且真心领悟到如此和平而安宁地发生于澳门这一方莲花风水宝地一次迅速而永远不可逆转的历史场景的迭变。

此时此刻,此情此景,一种近乎自天而降的十分庄严神圣的感觉,就像平缓起伏的大潮,在泪花闪亮的炎黄子孙的心灵深处涌动,连成一片,无涯无际,澎湃浩荡,不可遏制。那就是多灾多难不断抗争的中华民族百年来掀起的解放祖国走向统一和繁荣富强的历史大潮在人们心中激起共鸣的划时代的感应和群起呼唤的振奋。^①

“回归”被赋予了中华民族一雪前耻,摆脱殖民统治,走向民族复兴的含义。高涨的民族话语在2005年7月15日,随着澳门历史城区申遗成功而达到顶峰。特别行政区长官何厚铨将申遗成功归为“澳门回归”和“祖国的关心”。^②《文化杂志》亦掀动民族主义情绪,盛赞“在澳门申报世界遗产的进程中,中央政府一直给予澳门大力支持,澳门同胞从中深切体会到祖国的温暖,为之深受鼓舞。”并指出申遗成功的历史和文化意义在于,增强了澳门市民对于中华民族文化的“认同感”:

澳门历史城区称为中国第31处世界遗产,必将加大澳门市民对澳门所归属的伟大祖国及其历史文化的了解,增强对中华民族文化的认同感,产生更加深厚的归属感与凝聚力,为“一国两制”的顺利推行,为祖国的统一事业做出更大贡献。^③

然而,颇有趣味的是,澳门历史城区也被称为“澳门街”——老澳门象征,原来是葡萄牙人到澳门时的主要据点,故辖区内建筑多为葡萄牙风格,如总督府、大三巴牌坊、兵营和民政总署等。现在澳门市民却要凭借这些“西式建筑”增强对中华文化的认同感和归宿感。对此历史悖论,经验丰富的报章、杂志自然有办法对付,学者们的文章努力证明这些建筑都已“中国化”,经过巧妙的话语叙述、转换,这些建筑轻而易举地就具有了“中国特色”。华人学者姚风更是以“亲身体验”,指出澳门虽然有大量“欧式建筑”、“葡国餐”等西方文化,但它们都已经“入乡随俗”,变得相当“中国化”了:

^① 黄晓峰执笔:《编者前言》,载《文化杂志》,1999(39)。

^② 《澳门特别行政区行政长官何厚铨先生致辞》,载《文化杂志》,2006(60)。

^③ 《澳门历史城区》,载《文化杂志》,2006(60)。

而澳门的居民呢？他们是那样的淳朴、实在，那样热爱着自己的祖国。街道上不乏欧式建筑，少数餐馆里也卖着我以为是相当中国化了的葡萄牙餐，但是这里我极少碰到那种自以为已欧化成“高等华人”的傲气和意识形态的成见。我不知道澳门人对于意识形态知道多少，但是他们至少从文化上从民族归属上完全认同自己的国家。我完全相信他们也是信心百倍地迎接回归。”^①

总之，在新的国族话语支配之下，《文化杂志》迅速改变了殖民时代以葡国文化为主的叙述方向，并利用各种各样的文字、图画的历史叙事，将澳门重新纳入大中华版图之中。

四、“澳门意识”：全球化时代澳门的“主体建构”

无论是“回归”之前由葡人主导的《文化杂志》，还是“回归”之后由华人主导的《文化杂志》，均受国家政治和民族话语的深刻影响，中葡两国间的政治关系决定着“澳门命运”，同时也决定了《文化杂志》的主要叙述立场。故而，在葡澳时代，在葡澳当局操纵下，《文化杂志》努力维护葡萄牙及其文化，宣扬澳门与葡萄牙的天然联系；“回归”后则迅速改变，站在中华文明的立场，重新勾连澳门与中华民族的血脉关系。

在这样的政经环境中，到底什么是澳门文化，什么才能代表澳门的城市形象，反倒模糊不清。许多人其实已经意识到这个“问题”，在热烈期盼澳门“回归”之前，有一些华人和土生葡人，已开始思考什么是澳门自身的文化。例如《文化杂志》的中文编辑黄晓峰在1991年就提出了“澳门文化”问题，他意识到国家政治话语的“强势介入”，将澳门纳入民族、国族这些“大叙事”结构中，其实忽略了澳门人自己的“真实感受”：

澳门历史的复杂性亦表现为现实的丰富性，这也相对深化了澳门文化的内涵。然而，并非有多少澳门文化人对澳门文化具有深刻的历史感的，而澳门知识青年一代（新世纪澳门社会的中间分子）对澳门的过去与未来的认同，似乎仍处于两难的游离状态。最现实的一件事，即澳门的回归问题，并不是所有的澳门人都一厢情愿的，因为这种历史的飞跃关系到澳门人原有的生活方式以及由东西方长期的逆向交往而形成的澳门的独特的文化色彩是否能保存的问题。^②

这一段话与黄晓峰在1999年《文化杂志》上所撰写的那篇渴望“回归”的“序言”相

^① 姚风：《让你忘却归程的地方》，载《文化杂志》，2006（60）。

^② 黄晓峰：《澳门的文化视野——世界与中国》，载《文化杂志》，1993（15）。

比，似乎更体现出他个人对“澳门问题”的真正看法：“回归”并非是每个澳门人翘首期待之事，澳门文化亦非某国专属。2011年《文化杂志》“春季号”是一组澳门诗人的“专辑”，“专辑”里多首诗歌表达了一部分澳门人对葡萄牙和中国这两个国家任意操纵澳门命运，让澳门在国家政治的夹缝中生存，缺乏独立自主现状的不满、无奈和彷徨的情绪。贺绫声的《小市民没有梦没有梦只有低头》描述了澳门人身份的混杂：“福建人/中山人/澳门人/土生葡人/什么人(Rap: 那么多意志四处激射/而我们却在这里生活)”^①，诗的标题就告诉读者，在复杂变动的政治环境中，无论是哪一种身份的小市民为了生存，都“只有低头”，乖乖接受被支配的现实。女诗人林玉凤则在《我来自这样的个城市》中，直接将澳门描绘成一个在不同政权操纵下，无法辨认自我的“没有名字的城市”：

想起雾降临以前/聚焦镜正在寻找/镁光灯也在寻找城市/只是我们/记录者和被记录者/都在闪烁发亮的几个瞬间/忘了那个世纪的历史/忘了那个城市的名字,遗忘啊遗忘/记录者和被记录者。

我来自这样的个城市/没有名字/如此而已/我也没有名字/如此而已。^②

为何没有自己的名字？这正说明了澳门城市身份认同的模糊。生活在这个城市里的澳门人也因此“无名无份”，虽然“回归”了，但却又身在“境外”，虽然是“境外”，却不是“外国”。这种既“内”又“外”，既“外”又“内”，让澳门人无法辨清自己的身份。“身份认同”的焦虑成为澳门市民的一种普遍心理。

但另一方面，认同的困惑说明澳门人正在努力寻找和建构一种符合澳门本身发展的“主体意识”。其实自上个世纪八十年代，澳门本土意识已经开始萌发，1985年9月1日，澳门的一些知识界人士组成了澳门社会科学学会，学会的宗旨便是“研究社会，服务澳门”。以此宗旨为起点，学会创办了《濠镜》杂志，杂志“发刊词”既不提葡萄牙，也不提中国，而是将澳门放在全球和亚洲格局中考察，将其看为与文莱、日本、新加坡、香港、台湾等具有同等位置的“全球区域城市”：“澳门历史悠久，史料也多，人文资料丰富，民风淳朴，具独特发展路向，形成一个独特的社会。七十年代以来，澳门经济发展迅速，世界少有，每人平均区域内生产总值(GDP)，目前已跻身于世界第50位，在亚洲排名第六位，仅在文莱、日本、新加坡、香港和台湾之后，日益受到注意。”^③

《濠镜》的“发刊词”显示了澳门“主体意识”的苏醒，研究澳门本土问题成为重点。这份学术性杂志虽然难免涉及澳门与中国、葡萄牙之间关系的主题，但却努力保持着很强的“本土意识”。在1987年第2期的《濠镜》上，吴昌国发表了一篇题为《批判“尖澳门意识”，重建“澳门问题”》的文章，更是深入讨论了什么是“澳门意识”。这篇文章是在中葡进行第四轮“澳门问题”会谈的背景下发表的，显然有所用意，意在号召澳门社会各界在国家 and 民族政治的“大叙事”之外，关注澳门自我。吴昌国仔细区分了本土意识与民族意识的差别，

^① 贺绫声：《小市民没有梦没有梦只有低头》，载《文化杂志》，2011（78）。

^② 林玉凤：《我来自这样的个城市》，载《文化杂志》，2011（78）。

^③ 《发刊词》，载《濠镜》，1986（1）。

指出“民族意识往往要通过有意的教育灌输和普遍性的符号(如国旗)、礼节(向国旗行礼)和全国性的统一语言而得以维系。本土意识意味着对某一个特定的生活空间有特别浓厚的感情联系,而这种感情往往是比较自然地长期接触具体的人、事、物中滋生出来的。”^①他还就澳门和香港的“本土意识”进行了比较,指出“香港意识”包含了高人一等的城市“优越感”,香港人在此优越感下,养成了“关心社会、参与政治的意识”。但澳门却不同,澳门不仅交织在中葡复杂的政治环境中,而且有香港这样的国际大都市为“参照系”:

对于澳门生活的人来说,处大都市旁边而不能与大城市并肩发展,不能分享大城市同等的物质生活水平,便不难滋生出一种自卑兼自大的自恋态度。^②

与有共同经历的大都会香港毗邻,让澳门“心情复杂”,产生了一种“自大兼自卑”的自恋心理。吴昌国把这种自大兼自卑心理称为“尖澳门意识”——沉溺于拉丁风情的“大澳门主义”及地方小、资源少、经济规模细的“小澳门心态”。吴昌国对这种“尖澳门意识”并不满意,他提出应摆脱“尖澳门意识的定型化澳门观和自恋式的独特性观念”,将澳门放在一个现代化转型和全球化语境中,重建符合时代潮流的澳门“本土意识”。具体而言,吴昌国认为新的澳门意识包含在以下一些问题中,例如要深刻了解澳门城市现在发生了什么重要的变化?“除了澳门政府、法律界和立法机关这个名正言顺的权力中心外,还有什么机构和势力更适合负责回应澳门人民愿望、诱导整体发展方向和应付各种城市问题、社会问题呢?”以及“澳门需要怎样的内部调整和准备,以期适应或推动珠江三角洲、中国、世界的客观环境呢?”等等。^③

吴国昌清晰地认识到老“澳门意识”的局限,提出要适应全球时代变化,重建符合澳门自身社会和文化结构的“主体意识”。在在20世纪80年代,他便对“澳门意识”有如此深刻的理解,实在了不起。不仅是华人,土生葡人也在探索自己与澳门的关系。1996年10月26日,一群土生葡人成立了“根在澳门”协会^④,强调他们的“澳门身份”。

“本土意识”的加强反映了澳门渴望摆脱各种政治力量的干预,发掘自身存在的价值。特别在全球化时代,无论是香港、北京、上海还是台北,每个城市都在努力“发现自我”,强化本土意识,澳门也不例外。建构“澳门意识”不仅是摆脱政治和民族宏大话语的需要,亦是全球化时代城市发展的内在“驱动力”。1998年,《文化杂志》推出了三期“澳门四百年城市建筑遗产”特辑,在“特辑”中,王世红发表了《试论塑造澳门城市文化形象》,提出要重视塑造“澳门形象”,改变澳门长期以来给外界呈现的、单一的“赌城形象”,从历史文化上面入手,打造一个“高层次高品位的世界名城形象。”^⑤

澳门传承着四百多年东西文化交汇的历史遗产,赋有东西方多元文化交融共存的特色。

澳门在文化上的优势和特色,是亚洲其它城市无法取代的,也是与临近区域众多城市竞争的独具的资本。因此澳门应该在文化特色上狠下功夫,树立丰碑式的澳门城市文化形象以修正

^① 吴国昌:《批判“尖澳门意识”,重建“澳门问题”》,载《澳镜》,1987(1)。

^② 吴国昌:《批判“尖澳门意识”,重建“澳门问题”》,载《澳镜》,1987(1)。

^③ 吴国昌:《批判“尖澳门意识”,重建“澳门问题”》,载《澳镜》,1987(1)。

^④ 郑妙冰:《澳门:殖民沧桑中的文化双面神》,224页,北京,中央文献出版社,2003。

^⑤ 王世红:《试论塑造澳门城市文化形象》,载《文化杂志》,1998(36、37)。

“赌城”形象所引起的倾斜,为21世纪的澳门重新塑造一个高层次高品位的世界名城形象。^①

他强调澳门需要在全球和区域的城市竞争中“凸显自己”,四百年形成的多元融合应成为澳门吸引世界目光的“优势和特色”。立足于本土,从本土出发。原先让澳门人焦虑不安的身份认同问题,现在反而成为优势。一些学者更是直陈“不中不西”、“混杂性”、“双面神”就是澳门城市文化的核心特征,这一特征不应被忽视。李欧梵以自己的亲身游历在《文化杂志》上撰文指出:“葡萄牙在海外殖民的同时,也被本地文化殖民了,它的产品就是一种自然的混杂(hybridity),但似乎又没有引起什么种族纷争,所以当今“文化研究”的理论家往往忽视了澳门。”^②

而且,“身份模糊”使得澳门人游离于体制之外,可以自由灵活的穿行于各种制度,并且能对“上帝之城”、“回归”之类的宏大话语保持一份清醒。2005年7月15日,澳门历史城区被列入“世界遗产名录”,更是推动了澳门对本土历史文化的关注,媒体亦大张旗鼓,不仅将申遗成功归功于“回归”祖国,还从全球与本土的关系切入,将澳门申遗成功看成是澳门文化对人类的贡献。《文化杂志》2006年秋季号的“封面说明”就满怀激情地宣称:“澳门街”已经是“全世界的澳门街、全人类的澳门街!”^③吴卫鸣、陈炳辉则在《文化遗产、怀旧意识与城市文化形象》一文中明确指出,“申遗”活动是为了在全球竞争中“凸现自身优势位置”:

在全球化环境下,为了在邻近地区中凸现自身的优势位置,各地纷纷为自身寻找独有的文化论述,发掘过去的历史文化遗产。文化遗产作为存在于一地的历史见证,是当代社会寻求发展的一种重要资源,透过它去唤起某地昔日时空的相关记忆和情感,并将它提升为象征某地文化形象的外部特征,以及城市文化内在遗产的组成部分。

今日澳门以旅游娱乐事业为经济的一大支柱,透过文化遗产的保护工作去建构一个具备地方文化特色的社会环境,是与邻近地区及在国际范围内保持竞争、并持续发展本地经济特色的最佳手段。而澳门文化遗产的保护和推广,正是要唤起本地市民关注那些使他们有别于其它的文化特色,同时亦使外地游客藉此发现澳门存在的独特历史文化。^④

“文化遗产”不仅可以加强市民的“本土意识”,而且也是与其他城市保持竞争的“最佳手段”。在此“澳门意识”里,关于澳门到底是中国城市,还是西方城市,关于澳门的大

^① 王世红:《试论塑造澳门城市文化形象》,载《文化杂志》,1998(36、37)。

^② 李欧梵:《澳门国际音乐节随笔》,载《文化杂志》,2007(63)。

^③ 《封面说明》,载《文化杂志》,2006(60)。

^④ 吴卫鸣、陈炳辉:《文化遗产、怀旧意识与城市文化形象》,载《文化杂志》,2006(66)。

小等争论，均可搁置一旁。只要澳门本身有特色，有令人骄傲的历史和文化记忆，就可以加强市民的城市认同感和归属感，同时可招揽大量外来游客。

结语

通过上面的考察我们发现，《文化杂志》自创办以来，在其身上，一直存在着“殖民话语”和“中国话语”的文化争夺，国家和民族政治主导着这份杂志的“文化叙述”。反过来，通过这份杂志的“文化叙述”，我们也看到了加诸于澳门身上的多重话语，看到了澳门历史的多变性、复杂性。而近年来，在错综复杂的话语结构中，澳门的主体意识也得以复苏和彰显。通过这份杂志，澳门自身的历史、文化和艺术传统被系统地挖掘出来，各种文字和图片组成了一个丰富多彩的“澳门图像”。正如上海的一位教授在评价《文化杂志》的文化价值时，将其推广澳门“本土文化”放在了“首要位置”。他称赞《文化杂志》：“重视研究澳门地方历史及文化。澳门城市作为东西方文化的桥梁，其形成和发展具有许多独特的性质。该刊记载了许多有关澳门城市起源、葡人与土著在城市变迁中的角色与作用、澳门和中国大陆之间的关系的论述，这对于澳门城市本身文化价值的认同，以及与其它城市史的比较研究，均存有益的参考价值。”^①

^① 顾伟民：《阅读澳门〈文化杂志〉》，载《文化杂志》，2002（44）。

对外传播与海外华语媒体

中国古代对外政治传播与天朝形象塑造 ——以明、清两朝为中心^①

International Political Communication and Image Building of the Celestial Empire in Ancient China ——Ming and Qing Dynasty as the Case

白文刚^②

中文摘要：基于天朝观念,古代中国在对外政治传播中特别注重从天子、礼仪制度与中华上国三个方面塑造国家形象。当时的对外政治传播主要是在朝贡体制中完成的,这一体制包含了外国来朝与中国朝廷对外遣使两项活动。每一项活动都充满了政治传播的因素。以明清两朝为代表的中国古代对外政治传播是成功的,较好地塑造了天朝形象。之所以取得成功,固然有媒介与传播策略方面的因素,但更根本的原因还是中国文明在当时的优越性,以及中国帝王对政治理念较为模范的践行。

关键词：古代中国 对外政治传播 天朝形象塑造

Abstract: Based on the Celestial Empire concept, ancient China focused on the emperor, ritual system and the China proper to build the empire image in international political communication. The tributary system, which includes foreign envoys coming to China to pay tributes to the emperor and the Chinese envoys sent by the emperor to foreign countries, was the key in the international political communication at that time. Ming and Qing dynasties as such had built the great empire image successfully by international political communication. The success was partly because of the media and the communication strategy, but more fundamentally because

^① 本文是荆学民教授主持的2011年度国家重大社科基金《中国特色政治传播理论与策略体系研究》的阶段性成果,项目号为(11&ZD075)。

^② 白文刚:历史学博士,中国传媒大学政治传播研究所副教授。

of the superiority of Chinese civilization and the fact that rulers had practiced the political ideals in ancient China.

Key Words: ancient China, international political communication, image building of the Celestial Empire

与今天一样，古代中国也通过对外政治传播来塑造国家形象。但是基于与现代世界在政治理念、外交体制、媒介技术等方面的巨大差异，古代中国的对外政治传播体现出鲜明的时代性与独特性。对其相关理念与实践进行考察，不仅可以丰富我们在政治传播领域的知识，而且可以使我们对有关历史问题的认识更为深刻。鉴于学界对该课题的研究几近阙如，本文力图在最一般的意义上初步勾勒出古代中国对外政治传播的模式性图景，希冀为学界的后续研究提供初步基础。

古代中国的对外政治传播主要是在朝贡体制的框架内开展的，而明、清被认为是朝贡体制最完备的朝代^①，因此本文的探讨以明、清两朝为中心，在受众方面也主要选择朝鲜、琉球、越南等与明、清两朝有长期且制度化朝贡关系，并在正史中被列为“外国”（《明史》）或“属国”（《清史稿》）的东南亚国家为主。

一、天朝观念与天朝形象建构的主要面向

政治传播研究者荆学民等认为：“国家理念在国家形象塑造与传播中占据着统摄性的位置。”^②这个认识是深刻的，因为国家理念不仅指导着特定国家的政治实践，更决定了特定国家形象的建构方向与目标。因此，研究古代中国的国家形象塑造，必须先对当时的国家理念有一个比较准确的认识。

一般而言，古代中国的国家理念是建立在儒家政治意识形态基础上的。从对外政治传播的角度来看，以下三点值得特别注意：首先，政治实体的最大和最高单位被设定为“天下”，即整个世界。建基中原的王朝既不是现代意义上的民族—国家，也不是通常意义上的霸权帝国，而是一种“世界政府”^③，所谓的外国，并不被视为与中国相敌对的国家，而是被视为中原以外的藩属之邦。其次，与这种政治世界观相对应，中国的帝王被视为上天选择的治理天下，即全世界的最高统治者，在整个世界中并没有和他对等的第二个统治者，所谓“溥天之下，莫非王土；率土之滨，莫非王臣”。^④同时，作为天下唯一的最高统治者，他必须具有圣德^⑤，能够关爱民众、抚驭四夷，把天下治理得安宁富足，从而获得民心的拥护。否则，他就会失去天命，《尚书》中“皇天无亲，惟德是辅；民心无常，惟惠之怀”^⑥的训诫就明确表达了这种政治观念。第三，华夏或中国作为天下的中心、天子所在之地，是文明的中心，在整个天下体系中具有独特的优越地位，是所谓的“天朝上国”。

这些理念被今天的学者饱含讥讽与批判意味地称为“天朝观念”，但在当时，却是中国历代王朝的统治者、精英乃至民众的共识。这种共识不仅是历代王朝开展对外政治传播活动、塑造天朝形象的理论动力，而且还是其开展相关活动的主导思想。

从根深蒂固的天朝观念出发，古代中国在对外政治传播活动中，内在地要求建构一个天子圣明、政制至善、国家富庶、万国来朝的天朝形象，其根本目的则是追求天下万邦对“天

^① [美]何伟亚：《怀柔远人：马嘎尔尼使华的中英礼仪冲突》，邓常春译，12页，北京，社会科学文献出版社，2002。

^② 荆学民、李彦冰：《政治传播视野：国家形象塑造与传播中的国家理念析论——以政治国家与市民社会的良性互动为理论基点》，载《现代传播》，2010（11），20页。

^③ 参见赵汀阳：《天下体系：世界制度哲学导论》，42~44页，南京，江苏教育出版社，2005。

^④ 《诗经·小雅·北山》。

^⑤ 刘泽华在讨论周公的政治思想时指出：“德是一个综合概念，溶信仰、道德、行政、政策为一体。”（刘泽华、葛荃：《中国古代政治思想史（修订本）》，7页，天津，南开大学出版社，2001。）由此可知，“德”在古代中国的含义不能简单等同于我们今天的“道德”，而应该被视为儒家有关理想政治的一整套思想观念。在本文中谈及帝王之德时，显然也应该是这种理解。

^⑥ 《尚书·周书·蔡仲之命》。

朝”的仰慕与臣服，建构以中国皇帝为最高中心的世界政治秩序。基于这一追求，在对外政治传播活动中，中国历代王朝特别注重对如下三个方面的形象塑造：

第一，至高无上、具有足堪荣膺天命之圣德的天子形象。天子是古代中国政治的中心，也是政府形象的集中代表，所以塑造一个天命眷顾的圣德之君就成为天朝形象塑造的中心任务。正因为如此，在对外政治传播中，天子的圣德和无上地位就成为强调的重点。在一切对外的文告中，无不充斥着对天子盛大功德的颂扬。例如明朝永乐年间，明成祖朱棣在赐予满剌加国镇国山碑的御制碑文中即盛赞自己的所谓圣德，文曰：

朕为圣德之君，大有功于天地者，范围参赞，相协陶甄，日月星辰以之明，寒暑岁功以之成，天得以为天，地得以为地，各位其所而由宁，万物由是而化生，是其一心之远，经验之妙，有出于天地之外而大于天地者，不可以名言也。^①

这种辞藻华丽的夸赞之词，显然并非致力于事实的陈述，而是醉心于功德无边的天子形象的塑造，为建构以中国皇帝为中心的政治权力体系提供论证。需要指出的是，基于天子形象在形象塑造中的中心地位，其他面向的形象塑造都是服从和服务于这一核心任务的。

第二，中国的礼仪制度作为文明标志的形象。古代中国自诩为礼仪之邦。完备的礼仪制度不仅是儒家政治理念的体现与治理国家的工具，而且被认为是中国文明先进发达的标志，是中国之所以为中国、蛮夷之所以为蛮夷的根据。因为正是依靠这套礼仪才能建构起“君君臣臣、父父子子”的政治社会伦理规范与权力体系，才能实现“君恩臣忠、父慈子孝”、天下大治的政治理想。因此古代中国王朝在对外政治传播中不仅积极致力于展示这套作为文明标志的礼仪，而且以其作为最重要的媒介之一来塑造天朝形象，建构权力体系。

第三，国泰民安、繁荣富庶的中华形象。前文指出，依据天朝观念，中国是天子所居之地，天下文明的中心，也即所谓的“天朝上国”，因此中国不仅是模范地践行了天朝政治理念的礼仪之邦，而且是国泰民安、无所不有的富庶之地。公元1793年（乾隆五十八年），乾隆皇帝在马嘎尔尼访华时颁给英王的那道被后来学者用以嘲讽乾隆无知与自大的敕书，其实真实地反映了中国希望对外塑造的天朝上国形象。敕书说：“天朝抚有四海，……德威远被，万国来王，种种贵重之物，梯航毕集，无所不有……。”^②显然这样的“上国形象”才能充分证明天子的圣德、天朝制度的优越，才能引发四夷、属国对天朝的敬畏。

显然，由上述三方面合成的天朝形象不仅是光彩夺目的，更是高高在上的。天朝塑造这种形象不是为了以平等的姿态与其他国家交往，而是谋求其他国家以仰慕的姿态来表达它们的遵从与臣服，建构以天朝皇帝为中心的权力关系。换言之，古代中国是在藩属而非对等国的意义上来理解外国这一概念的。基于这种理念，古代中国与外国的交流只能在费正清所概括的朝贡体制中开展，而不可能在建基于国家平等理念上的现代外交体系中进行。与之相适应，古代中国的对外政治传播也主要是在朝贡体制中开展。当然，本文所言的朝贡体制在范畴上有所扩展，不仅诸国来朝属于这一范畴，中国朝廷遣使、册封也被认为是这一体制的有机组成部分。

^① 《明成祖实录》卷四。

^② 转引自[清]王之春：《清朝柔远记》，141页，北京，中华书局，1989。

二、诸国来朝中的对外政治传播

朝贡活动，表面来看是诸国向中国君主表示向化与臣服的一种政治效忠行为。但事实上，中国政府却主导着整个过程，在每一个环节精心开展政治传播，在树立起以圣德有为、至高无上的天子为中心的天朝形象的同时，将朝贡国纳入天朝的权力体系。

依靠制度与礼仪，有效管理和规范朝贡活动的每一个环节，是古代中国依靠朝贡体制开展对外政治传播，塑造天朝形象的第一步。在朝贡活动的整个过程中，朝贡者被要求按照天子的意志与天朝严格的礼仪制度开展活动，并且每个细节都受到检查与评判。从某种意义上来说，我们可以借用福柯的“规训”概念来描述这种政治传播活动。^①正是在一系列的规训行为中，天朝的威严与文明形象得以塑造。

首先，各国朝贡的贡期是由中国朝廷规定的，尤其是与中国有稳定朝贡关系的属国。例如，明朝洪武年间，中国朝廷规定高丽、安南都是三年一贡。^②清朝嘉庆年间修订的《大清会典》则规定朝鲜一年朝贡四次，合在岁末进贡；琉球隔年进贡一次；安南每两年进贡一次；暹罗三年进贡一次；老挝、缅甸十年进贡一次等等。^③此外，属国遇到新王登基、册立世子等重大事项也必须派使来朝，请求册封。这种对贡期的制度性规定，可以规律性地向属国展现中国朝廷的权力存在，持续地规范属国与中国朝廷的臣属关系。

其次，各国使团必须依照中国朝廷的要求与标准开展朝贡准备工作。依照规定，朝贡使团必须有表文与贡品。表文是用来说明事项的，但更重要的功能是通过文字向中国朝廷表示仰慕和恭顺之意。在表文中必须使用中国历法，这是其臣服于天朝的重要象征。贡品在中国的官方文书中被称为“方物”，它暗示了来贡诸国均属于天子所辖之地，各国不过是天朝的藩属这一政治含义。所以中国朝廷要求各国贡献“方物”，首要关注的并非其使用价值，而是其作为各国向中国朝廷表达臣服、忠顺之意的象征价值。“土物效诚”^④一语，明确表达了中国朝廷的这种心态。对贡品种类和数目的规定还能用来传递中国朝廷的政治态度。当朝廷对属国不满时，就会增加属国贡品的种类和数量，以示惩罚。清初朝鲜就被刚刚建基的清朝索以重贡，以惩罚其不忠清朝之过。简言之，各国使团的朝贡准备虽然在本国进行，但其时时刻刻能感受到中国朝廷权力的在场。

第三，朝贡使团必须从指定口岸入境中国提出朝觐申请，并接受严格的资格审查与礼仪训练。入境后，朝贡使团首先要接受当地官员对其前期准备工作的审核，如果准备不符合中国朝廷的要求，就会被却贡，不能继续前往京师觐见皇帝。明朝初年，日本的朝贡使团就先是因为没有表文，后又因表文不奉中国正朔而数次被却贡。公元1488年（明弘治元年）七月，琉球从浙江登岸的朝贡使团，也因“既非正道，又非贡期”^⑤被却贡。却贡就中断了朝贡活动，但是天朝的威严却依靠这种行为得以传播和树立。

资格审核完成之后，朝贡使团须依照中国规定的路线踏上赴京朝觐之路。在整个行程中，使团不仅被以天朝贡使的身份展现在沿途的天朝民众面前，而且会受到中国礼仪的严格规训。特别是对于首次朝贡的使团，接待官员更要负责指导其学习、理解与践行这套饱含意识形态和权力关系的礼仪，并及时向朝廷报告详情。任何对礼仪的非议或抗拒，都会受到相应

^① 福柯将规训手段概括为“层级监视、规范化裁决以及它们在该权力特有的程序—检查—中的组合”。

（见米歇尔·福柯：《规训与惩罚》，刘北成等译，193~194页，上海，三联书店，2003。）福柯虽然谈的是现代社会的一种权力控制形式，但事实上在政治文明高度发达的古代中国，类似的方式也存在。中国王朝在朝贡制度中对朝贡者的操控，事实上就具备了福柯所说“规训”的几乎所有手段，其目的与效果也是一致的。

^② 《明史·太祖本纪》。

^③ [美]费正清：《中国的世界秩序：传统中国的对外关系》，杜继东译，9~10页，北京，中国社会科学出版社，2010。

^④ 《明史·外国一》。

^⑤ 《明史·外国四》。

的惩罚。到达京城，正式觐见皇帝之前，朝贡者还要在驿馆习练三天觐见礼仪，以确保正式觐见时能够正确地践行相关礼仪，充分地表现对中国帝王的仰慕、恭顺与臣服。

最后，在朝觐皇帝的仪式中，朝贡者会被依照中国对其政治角色的理解安排在赋予政治寓意的适当位置参与朝会，并按照规定对中国皇帝行礼如仪。其中最著名的就是朝觐者要给天子行三跪九叩礼，这一礼仪极其明确地传递了天子具有无上地位与威严，朝觐者是对其无比敬仰与忠顺的臣民的政治寓意，因此是中国历代朝廷最重视的一种礼仪。此外，在觐见时甚至对觐见者的服饰等方面也有具体要求，这些要求也无不向朝贡者展示了天朝的权威，发挥了对朝觐者的规训功能。

当然，依靠礼仪规训来树立天朝威严、构建权力关系只是中国朝廷在外国来朝过程中开展政治传播的第一步。之后，中国皇帝还要依靠对其他媒介与手段的运用展示其泽被天下，怀柔远人的圣德。

其一，在接受了朝贡者的朝拜之后，中国皇帝要颁诰、敕给朝贡国的国王，这些诰、敕的主要内容就是宣扬自己的圣德，对藩国国王提出政治告诫。例如，公元1673年（清康熙十二年），暹罗国王派使进贡请封，康熙颁诰给暹罗国王。诰文如下：

来王来享，要荒昭事大之诚，悉主悉臣，国家著柔远之义。朕纘承鸿绪，期德教暨于遐
陬，诞抚多方，使屏翰跻于康乂。彝章具在，涣号宜颁。尔暹罗国森烈拍腊照古龙拍腊马噶
陆坤司由提呀普埃秉志忠诚，服躬礼义，既倾心以向化，乃航海而请封。砺山带河，克荷维
藩之寄；制节谨度，无忘执玉之心。念尔悃忱，朕甚嘉尚。今封尔为暹罗国王，锡之诰命，
尔其益矢志忠贞，广宣声教，膺兹荣宠，辑乃封圻。于戏！保民社而王，纂休声于旧服；守
共球之职，懋嘉绩于侯封。钦哉，无替朕命！^①

不难看出，这道八股式的诰文蕴含了丰富的政治信息，短短二百字，皇帝充分颂扬了自己的圣德，明确地建构了天朝与藩国、天子与藩王的相互关系与地位，完整、准确地表达了对藩国国王的政治要求。中国朝廷的诰、敕可谓是古代中国对外政治传播最主要的文字媒介，因为它们可以确保中国朝廷的意旨完整、准确地传达给拟定的受众，即藩国国王。

其二，中国朝廷还往往通过在礼仪方面的优容与慷慨的赏赐来表现天子怀柔远人的圣德。著名的英国文化史学者彼得·伯克在讨论路易十四形象塑造的著作中指出，由于礼制是传统的，所以国王对礼制做哪怕是很小一点变动，都会被人们“视之为在传递某种政治信息”。^②中国皇帝当然也深谙此道，所以在朝贡活动中有时也会以礼仪上的优容来传递态度、塑造自身的圣德形象。例如，在明、清两朝，朝鲜使节觐见时都会受到超常的礼遇，这种礼遇表明了中国朝廷对朝鲜恭顺态度的表彰与在藩国中重要地位的认可。而顺治年间，俄国由于缺乏表文在被却贡几次之后最终被允许进贡^③，以及乾隆皇帝对马嘎尔尼在觐见礼仪方面的包

^① 《清史稿·属国三》。

^② [英]彼得·伯克：《制造路易十四》，郝名玮译，47页，北京，商务印书馆，2007。

^③ 《清史稿·志六十六》。

容，则传达了中国皇帝怀柔远人的圣德——即使礼仪执行得不够令人满意，表达向化之心也会得到天朝的鼓励。

赏赐朝贡者礼物是最普遍的塑造天子怀柔远人圣德形象的行为。朝贡活动中，在进贡者虔诚地进献了贡品之后，中国皇帝都要以赏赐的名义给予进贡使团的成员及进贡国国王一些礼物。这些礼物是精美、贵重，而且富含政治信息的。例如，明成祖即位，朝鲜国王柳芳远遣使朝贡，朱棣为了表彰该国王对中国礼仪的仰慕，“赐金印、诰命、冕服、九章、圭玉、佩玉、妃珠翠七翟冠、霞帔、金坠、及经籍彩币表里”。^①公元1411年（明永乐九年），满剌加国王率妻子陪臣五百四十余人入贡，皇帝不仅给予使团成员各种赏赐，而且在一般赏赐的基础上，又赏给国王大量黄金、白银、钱币、丝纱等各种珍贵物品，以表彰其恭顺向化之心。^②朝贡国有时会提出希望赏赐的物品，而中国朝廷一般也会予以满足。承载中华文明的儒学典籍也常常会被作为礼物赏赐给朝贡者，从而获得有效的传播。

除了直接赏赐礼物外，中国朝廷还允许朝贡使团携带物品来华进行贸易。虽然规模有限制，但是显然，朝贡使团在这样的贸易中获利非薄，以致于有些国家乐于频繁朝贡，而中国朝廷不得不限定其朝贡次数。当然，在中国朝廷来看，允许在朝贡中开展贸易活动，主要目的是为了展示、传播天子怀柔远人的仁德与天朝物产丰饶的上国形象，真正的物质利益并不是主要考虑的因素。

概言之，在诸国来朝的活动中，中国朝廷非常注重综合运用以礼仪为中心的多种媒介开展政治传播，一方面充分展示自身的威严与地位，一方面努力表明天子的圣德与天朝的文明富饶，竭力塑造光辉尊贵的天朝形象，建构宗藩君臣权力关系。

三、遣使、册封中的对外政治传播

虽然外国来朝是朝贡体制的主要部分，但中国并非只是被动等待他国来朝，在历史上也不乏遣使他国的举动。事实上，如果没有遣使活动，朝贡体制恐怕也无法维系，所以向外遣使应被视为朝贡体制的有机组成部分。

从朝贡体制的视角来看，中国遣使他国主要有三种类型：一种是诏告重大政治事件，一种是对外宣扬天朝威德，还有一种是对藩国的册封。这三种都是重要的对外政治传播活动。

所谓诏告重大政治事件，是指在新朝建立或新帝登基时，派出使节到他国告知情况，寻求认同。明朝建立之初，明太祖朱元璋就广派使臣奔赴周边所知各国，诏告明元兴替的消息，寻求各国的认同与朝贡。为此目的，明成祖在诏书中还特别强调自己建立新朝是符合天命的正义之举。公元1370年（明洪武三年）遣使诏谕云南八番、爪哇等国的一道谕旨就很典型地表达了这种政治意图。谕旨首先阐述了一番有关天子职守以及中国与四夷关系的政治理论，紧接着就抨击了元帝的失德，进而阐述了自己的伟大功绩与明朝建立的合法性：

近者，元君妥欢帖木儿荒淫昏弱，志不在民，四方豪杰，割据郡县，十去八九。朕悯生民之涂炭，兴举义兵，攘除乱略，天下兵民，尊朕居皇帝位，国号大明，建元洪武。^③

^① 《明史·外国一》。

^② 《明史·外国六》。

^③ 《明太祖实录》，卷五十三。

在建构顺天应民、救民于倒悬的圣德天子形象的同时,谕旨告知占城、安南、高丽诸国皆已朝贡,暗示了所谕诸国也应前来进贡的政治信息。

另外,新帝登基,也要诏告诸国,特别是关系密切的属国,目的是受诏之国派人前来恭贺、朝贡。这是认同新立帝王合法性的重要活动。

中国历史上也不乏派使远赴他国宣扬天朝德威的事例。郑和率船队七下西洋就是最典型的事件。虽然郑和下西洋的目的主要被认为是追查建文帝的下落,但对外宣扬天子的圣德、塑造天朝形象肯定是题中应有之义。《明史·郑和传》对此有明确揭示,文曰:“成祖疑惠帝亡海外,欲踪迹之,且欲耀兵异域,示中国富强。”^①事实上后者也是该事件的最终效果所在。郑和率领当时世界上最庞大与先进的船队,所到之处“颁中华正朔,宣覆文教,俾天子生灵,旁达于无外”^②,非常充分地展示了明朝的德威。大约有30多个亚非国家因郑和的船队而领略了中华帝国的风采,并产生了向慕之心,前来中国朝贡。从政治传播的角度来看,郑和船队在塑造天朝形象方面是非常成功的。

当然,在朝贡体制中,中国王朝以遣使方式开展对外政治传播最主要的恐怕还是在册封活动中开展的,特别是在与中国有稳定朝贡关系的国家中更是如此。遣使册封,不但可以明确建构与强化中国与册封国之间的权力关系,而且有机会让更多的藩国臣民在一定程度上直接目睹与感受德威并俱的天朝形象。

册封主要可以分为两种情形,一种是朝贡关系建立之初对朝贡国的册封,一种是对有稳定朝贡关系的藩国新王的册封。当新的中原王朝建立之后,就需要与前朝的藩国重新建立朝贡关系。为此,新朝建立之初,就会遣使诏谕诸国,在藩国首次朝贡、表示臣服之后,中国朝廷即重新册封其国王(往往遣使前往册封),颁发任命诏书、赐予其新的国王印信与历法。这种册封表达的政治寓意非常明确,就是将被册封的藩国纳入新王朝的政治体系,重新建构天朝与藩属的权力关系。值得注意的是,除以诏书与印信等媒介传达政治信息,建立权力关系外,古代王朝还常常册封朝贡国的山川,并勒碑纪念。其内容不外是赞颂中国天子的圣德,表彰藩国国王的向化与忠顺之忱,并借此表明藩国与天朝、藩国国王与中国皇帝的臣属关系。加拿大传播学派的奠基人伊尼斯认为,不同的媒介有不同的传播偏向,轻巧而便于运输的媒介适合知识在空间中横向传播,笨重而不适合运输的媒介适合知识在时间中纵向传播。^③依据这一理论,我们发现古代中国王朝不仅利用诏书、印信等轻便的、具有空间偏向的媒介扩展天朝政治传播的范围,而且依靠石头碑刻等笨重媒介,谋求政治传播在时间上的延伸,即所谓“于昭万年,其永无斁”。^④

除上述媒介外,在册封活动中,使者更要依靠礼仪制度在藩国君臣和民众面前直接展示天朝的德威,演示以天朝为中心的权力关系。关于此点,我们可以在第二种册封活动,即对具有稳定关系的藩国新王的册封活动中予以剖析。明、清两代,朝鲜、琉球、越南等周边国家的新王登基都要由中国朝廷册封,而且中国朝廷也往往派出专使前往册封。下文就以对琉球新王的册封为例,剖析一下这种政治传播活动。

当琉球新国王继承王位之后,必须遣使请求中国朝廷予以册封。在中国朝廷正式册封之前,琉球新国王只能称“世子”或“世孙”,正式册封之后,才可以称“国王”。中国朝廷派出的使节被称为“天使”,意思是天朝的使节或天子的使节。这一称谓本身就明确建构了中国朝廷与属国的地位与权力关系,具有重要的政治意涵。当然,中国朝廷也特别注重册封使节的人选,所派使节都是学术造诣非常高的官员,正使一般由翰林院编修出任,副使等也多

^① 《明史·郑和传》。

^② 王天友等:《郑和远航与世界文明——纪念郑和下西洋600周年论文集》,24页,北京,北京大学出版社,2005。

^③ [加]哈罗德·伊尼斯:《传播的偏向》,何道宽译,27页,北京,中国人民大学出版社,2003。

^④ 王天友等:《郑和远航与世界文明——纪念郑和下西洋600周年论文集》,76页,北京,北京大学出版社,2005。

是进士出身。其目的是确保这些使节可以代表优越的中华文明，并在册封活动中完美地展示天朝形象。^①

“天使”一入琉球之境，就会受到琉球官员沿途的热情招待。在到达首都首里之后，琉球国王会率领全体官员赴码头迎接“天使”，在此过程中他们要在摆放皇帝诏书的龙亭前磕头，并把“天使”迎到修葺一新的“天使馆”，尽其所能地予以隆重款待。在册封的当天，琉球国王要派人从使馆迎接“天使”，通过装饰一新、两旁挤满民众的街道到达王宫。这就使天朝使节的汉官威仪可以直接展现在民众之前，使他们领略到天朝的文明与地位。在王宫，国王要率领官员跪在地上聆听皇帝的诏令，并要多次磕头。需要说明的是，这些礼仪是中国朝廷制定的，并且必须被严格遵守。只有在这套仪式结束之后，世子才能开始被称为国王。按照规定，诏令是要被使节带回中国的，但是，国王为了表示自己对天朝朝命的珍视，会请求把诏令留给他们当国宝保存起来。这个特例已经成为惯例，使节出发前已经得到皇帝的允准。但是，这依然可以被看作是中国天子的特有恩惠，国王要为此再次磕头致谢。

由于地理位置与当时的交通条件限制，在完成册封之后，使节代表团还要在琉球停留几个月。在此期间，他们会与当地官员与文人开展文化方面的交流，这也是展示天朝形象的一种重要活动。

由上述分析不难看出，对外遣使、册封是朝贡体制中更具主动性的政治传播活动，与藩国来朝中的政治传播活动共同构成了古代中国的对外政治传播体制，在塑造天朝形象方面发挥了重要作用。

四、对外政治传播的效果及原因

前文已经指出，古代中国对外政治传播的根本目的是追求天下万邦对所谓天朝的仰慕与臣服，建构以中国皇帝为最高中心的世界政治秩序。明、清两朝的历史证明这种政治传播是有效的，它在很大程度上有效地塑造了令人仰慕的“天朝形象”。

证据之一是朝贡体系的长期维系与发展。从明、清两朝的编年史来看，历年都有若干藩国进贡，有的年份甚至有数十个国家进贡，其中不仅有紧邻中国的藩国，还有远在印度洋、非洲的国家前来朝贡，真正呈现出一派“万国来朝”的向化景致。能在数百年间维持这样的朝贡态势，显然是与中国王朝对外塑造的形象受到诸国认可有密切关系的。史学家王赓武曾指出：“朝贡制度是展示‘权威与实力’及对外传播中国统治原则的结果。”^②

证据之二是明、清两朝都出现了非常忠诚的藩国。如果某一王朝处于强盛时期，各国来朝贡当然可以作多方面的解读；但是当王朝面临危险、或已经衰败，甚至已经亡国的情况下，藩国依然保持对其的忠诚，就只能解读为该藩国对王朝的高度认同了。朝鲜对明朝的忠诚就是一个典型例子。在整个明朝，朝鲜一直谨守朝贡之责。在满洲兴起、强兵压境的情况下，依然忠于明朝，并派兵协助明朝与清兵作战。朝鲜为此付出了沉重的代价，遭到清军两次入侵，被迫签订了城下之盟，而且还在清朝入主中原之初受到重贡的惩罚。但朝鲜依然在内心认可明朝，以至于在整个清朝，朝鲜人私下皆把来北京朝贡称为“燕行”，而在明朝年间，则尊称为“朝天”。^③同样，暹罗在日本的丰臣秀吉入侵朝鲜期间，也曾“请潜师直捣日本”^④，以助明抗日。清朝也有忠诚之国。近代以来，琉球面临日本的入侵，清朝也无力保护，但直至琉球被日本强行吞并之前，琉球一直忠于清朝，恪守朝贡之职。这种忠诚，显然不能

^① [美]费正清：《中国的世界秩序：传统中国的对外关系》，杜继东译，129页，北京，中国社会科学出版社，2010。

^② [美]费正清：《中国的世界秩序：传统中国的对外关系》，杜继东译，57页，北京，中国社会科学出版社，2010。

^③ 葛兆光：《宅兹中国：重建有关“中国”的历史论述》，155页，北京，中华书局，2011。

^④ 《明史·外国五》。

从利益方面解释，而只能理解为其对天朝的高度认同。而这种认同，无疑表明天朝对外塑造的形象是成功的。

证据之三是有些国家不仅能恪守朝贡体制，而且程度很深地接受了以政治伦理、礼仪为中心的中国传统文化，并立足于认真践行。有学者指出，越南完全接受了儒家思想，并把它作为本国的意识形态。^①事实上，朝鲜和琉球对中国政治文化的接受程度显然不在越南之下。朝鲜在明朝灭亡之后，不仅一直坚持穿明朝的衣冠，而且以“后明朝”与“小中华”^②自居，可见其对中国文化认可的程度之深，其对明朝的忠诚显然不是偶然的。而琉球除了派官生到中国朝廷学习外，还在本国建文庙与明伦堂，并每月讲解《圣谕衍义》。《三字经》、朱熹的《小学》和四书则成为其学校学习的课本。这也充分证明其对中国文化是发自内心认同的。认同中国文化，视中国为文明之所在，恰恰是诸国接受中国天朝形象的观念基础之所在。

古代中国对外政治传播的成功，当然与其采取的传播策略与多种媒介的有效运用有直接关系。例如对礼仪制度的纯熟运用就是重要因素之一。不论外国来朝，还是遣使册封，礼仪都是最核心的传播媒介，因为它不仅是中国文明的重要体现，而且可以对朝贡者或受封者起到教化和规训的作用，有效地建构宗藩君臣关系。又如对诏敕、碑刻与书籍等各种文字媒介的综合运用。有学者认为：由于东亚是基于汉字为基础的文字体系，所以“文字优于其他所有的沟通方式，部分原因在于，初学者无论会不会讲汉语，都可以看懂作为表意字的汉字”。不仅如此，文字本身还能起到“传播‘德’的作用……发挥着重要的礼仪作用”。^③显然，汉字作为一种传播媒介，以其字形特点与在东亚系统被普遍学习和运用的基础，为中国王朝对外尤其是对东亚各国的政治传播创造了非常有利的条件。另外，中国朝廷在对外政治传播中采取的现实主义态度也是重要原因之一。古代中国并不要求所有国家对天朝都有整齐划一的认可与义务，在坚持基本体制的基础上，对不同国家采取了灵活变通的态度。这种态度显然是理性与富于策略的。因而也是有效的。

但是，我们不应把这些因素看作古代中国成功塑造天朝形象的根本因素，因为这些因素充其量只是外在的、技术层面的。当我们讨论古代中国通过对外政治传播塑造“天朝形象”的效果时，必须深刻认识到，其之所以获得相当程度的成功，从根本上来说，是由于其内在的原因。

首先，中国是当时文明程度最高、实力最强的一个政治实体。近代以来，中国虽然积贫积弱，中国文化也备受质疑，但毫无疑问，在漫长的古代历史中，中国是一个强国，尤其在文化方面，更是处于周边国家的前列。中国古代的国家理念及在其基础上形成的政治文明，至少在当时的东亚世界处于最先进的地位，中国政治制度的完善与政治理念的完备是当时诸国无可比拟的。因此，不仅中国人认为自己是天朝上国，诸国也没有把自己看作是中国的平等伙伴。^④他们向中国皇帝磕头，并不认为是耻辱，而是将其看作受到天子认可的无上荣耀。许多藩国国王及其家人和庞大的使团来中国朝觐无疑有力地表明了这一点。

其次，中国朝廷在相当程度上践行了儒家政治理念，不仅在大多数情况下以仁德与和平的态度与诸国交往，而且承担了作为天朝上国的义务。孟子在与齐宣王谈论与邻国交往的道义时，曾说过“惟仁者为能以大事小”^⑤的名言。在朝贡体制中，中国朝廷虽然与诸国不是在平等的基础上交往的，但是却遵循了孟子的精神，总体上以仁爱、柔远的精神处理与诸国

^① [美]费正清：《中国的世界秩序：传统中国的对外关系》，杜继东译，60页，北京，中国社会科学出版社，2010。

^② 葛兆光：《宅兹中国：重建有关“中国”的历史论述》，156页，北京，中华书局，2011。

^③ [美]费正清：《中国的世界秩序：传统中国的对外关系》，杜继东译，59页，北京，中国社会科学出版社，2010。

^④ 俄罗斯似乎应被视为一个例外。17世纪，当俄罗斯开始派使节和中国交往时，它已经是一个疯狂扩张的帝国了。

^⑤ 《孟子·梁惠王下》。

的关系。对来朝贡的诸国，中国朝廷不仅给予礼遇，而且还会给予厚重的赏赐（包括贸易的特许与优惠）作为回报，并非是高高在上的霸主派头。而明朝洪武年间，朱元璋曾经下谕，规定了包括朝鲜、日本、大、小琉球在内的十五个不征之国。体现了和平交往的态度。

特别要提及的是，作为接受属国朝贡的大国，在属国遇到困难时，中国朝廷也会积极履行自己作为天朝上国的义务。乾隆年间，当一直向中国朝贡的越南黎氏政权被推翻后，清朝就派兵进入越南，以便恢复黎氏的王位，履行自己的义务。当然，在看到黎氏政权已经失去民心后，清朝就取消了对黎氏的支持，因为依照儒家政治理念，民心是天命的根本，天子必须服从天命。更著名的例子是明朝万历年间，明朝政府派兵协助朝鲜抗击日本丰臣秀吉侵略，其战事长达七年。明朝基本上在此役中耗尽了元气，不久以后就在农民起义中灭亡了，但最终却帮助朝鲜成功抗击了丰臣秀吉的侵略。直到清乾隆年间，出使中国的朝鲜使臣依然不忘对清朝人言说明朝对朝鲜的“再造之恩”。^①显然，朝鲜对明朝出乎寻常的忠诚不是没有原因的，明朝不惜代价履行天朝义务的举动显然比任何手段都能更有效地塑造其值得属国敬仰、忠顺的“天朝形象”。

综上所述，以明、清为代表的中国古代王朝在朝贡体制中开展了独具特色的对外政治传播，并比较成功地塑造了中国王朝的“天朝形象”。虽然这是一项历史考察，但其价值不应该仅仅停留在知识的层面。对于我们今天的对外政治传播与国家形象塑造而言，本研究也是有借鉴意义的。

^① 葛兆光：《宅兹中国：重建有关“中国”的历史论述》，156页，北京，中华书局，2011。

对外传播与海外华语媒体

马来西亚华语电视节目执行制片人的角色与挑战^①

The Role and Challenges of Executive Producers for Chinese Television Programs in Malaysia

[马来西亚]杨丽芳^②

Nicole. Yang Lai Fong

梁悦悦^③ 王丹^④ 译

中文摘要:马来西亚是一个正在实现全工业化道路上高速发展的国家。马来西亚的媒体结构一方面深受其多民族人口所带来的语言多样性影响,另一方面也反映了马来西亚社会的多元特征。而马来西亚媒体的所有权结构,也直接或间接的受到了政府以及与政府相关人士的控制。

基于族群关系、媒体角色、媒体自由,以及全球化趋势等议题,本研究分别对供职于RTM2(国营电视频道)和Astro(马来西亚最大私营付费电视台)的两位华语节目执行制片人进行了半结构式访谈。经研究发现:马来西亚华语电视节目执行制片人并不认为自己在促进民族团结和社会整合方面扮演了重要角色。在他们看来,无论对于马来西亚的私营还是国营电视媒体来说,难以找到合适的华语节目制作人才,是整个行业普遍面临的问题。此外,

^① 本文为第十五届中华经济协作系统国际研讨会“CSCE XV: 澳门会议”论文集入选论文(2012年07月23日至28日)。

^② 杨丽芳(Nicole. Yang Lai Fong): 马来西亚泰莱大学(Taylor's University)传播学院(School of Communication)高级讲师。

^③ 梁悦悦: 清华大学新闻与传播学院硕士研究生。

^④ 王丹: 清华大学新闻与传播学院硕士研究生。

虽然具有本地特色的电视节目在马来西亚华人观众中影响力很大,但受访节目执行制片人依然对产自中国大陆的电视节目及电影评价颇高,并且非常期待中、马两国未来能在广播电视产业领域展开交流与合作。

关键词: 马来西亚广播电视, 华语电视节目, 多元种族, 多元文化, 全球化, 地方主义

Abstract: Malaysia is a fast-developing nation on the road to becoming a fully industrialized country. The structure of media in Malaysia is strongly influenced by the multi-lingual nature of the nation's multiethnic population and therefore reflects its pluralistic nature. The structure of media ownership in Malaysia is also directly or indirectly controlled by the Government or government-linked individuals.

This study aims to investigate the role and challenges faced by television producers for Chinese 2 programs in Malaysia. An executive producer for Chinese programs from RTM2 (a station owned by the Government) and Astro (the biggest pay television station in Malaysia) will be interviewed and semi-structured interview questions will be employed for this study. This study revealed that the executive producers for Chinese TV programs in Malaysia did not think that they play an important role in promoting unity or social integration in the country. However, they claimed to be objective, balance and neutral when they cover sensitive issues relating to politics and religion. Getting the suitable talents or staff for the stations was the common problem cited by the executive producers from both the private and public sector. While it was found that localism plays a significant role among the Chinese audience in Malaysia, the executive producers have high regards for TV programs and movies produced by China and greatly anticipated for collaboration and exchanges between Malaysia and China in the broadcasting industry.

Key Words: broadcasting in Malaysia, Chinese TV programs, multiethnic, multiculturalism, globalization, localism

一、概况

马来西亚是一个正在实现全工业化道路上高速发展的国家。它曾经是英属殖民地，拥有2830.7万人口，其中马来族、华族和印度裔占绝大多数（Selva, 2010）。同时，在马来西亚还生活着许多土著居民，比如来自沙巴和沙捞越地区的卡达山、迪亚克、巴瑶、伊班等部族，以及居住在马来半岛上的淡布汶和西诺伊等族群。有学者曾将马来西亚形容为各种矛盾力量汇集的迷人国度：在历史上，它既是殖民地又是独立的实体；在政治上，其体制具备了专制与民主的不同特征；在社会层面，它融合了多个不同族群；在经济层面，其国民分属不同的经济阶层；而在文化层面，不同的语言、信仰、行为和宗教又在这里得以共存（Holden, 2011）。

有许多学者认为，文化差异是导致马来西亚社会冲突和政治斗争的主要原因（Richard, 2001; Seow and Maslog, 2005; Suryadinata, 2004; Viswanath and Arora, 2000）。由于多元文化社会往往缺乏依靠共同价值观缓和、调节冲突的能力，因而文化差异也在马来西亚引发了多次大范围的族群冲突。自1957年独立以来，马来西亚社会冲突不断升级，并于1969年5月13日爆发了历史上最严重的一场种族骚乱^①，政府也因此采取了一系列紧急措施来加以应对。

值得注意的是，5·13种族骚乱的发生，正为马来西亚政府此后逐步加强对媒体的控制提供了合法性。打着维系国内种族和睦的旗号，政府在制度层面为此后批评性新闻报道在马来西亚的发展设置了许多持久性障碍（Brown, 2002）。此外还有学者指出，5·13种族骚乱后，伴随着马来西亚国家广播电台（RTM）被收归信息广播部下属的广播局管理，该媒体的组织结构和意识形态立场也发生了重大变化。强化国家意识、促进民族团结，使马来西亚文化与代表国家意识形态的“国家原则”（Rukunegara）^②保持一致，成为了RTM此后扮演的主要角色。而在政治层面，广播电视也被视为为了在多元民族国家促进民族团结的主要工具（Khattab, 2006）。

二、问题

自独立以来，马来西亚政府始终将处理不同种族间关系看作维护国家社会稳定所面临的真正挑战（Abdul Rahman, 2000; Brown, 2002; Shamsul, 2005）。马来西亚第五任首相阿都拉·巴达威（Abdullah Ahmad Badawi）就曾将民族团结视为其继任者纳吉·阿都拉萨（Najib Abdul Razak）在执政期间将会面临的重大问题（《星洲日报》，2008-10-12）。在一次接受美联社采访时，阿都拉也曾指出，在他卸任前的最后一项任务，就是缓解国内不同种族、教派之间的紧张局势（《星洲日报》，2009-12-18）。而纳吉于2009年3月就任马来西亚第六任首相后，也提出了“一个马来西亚”（1 Malaysia）的概念，要求内阁、政府机构以及公务人员更加重视民族和谐、国家统一和行政效率。同时，他还提出了“一个马来西亚”概念所包含的八大价值观，即卓越文化、毅力、谦卑、认同、忠诚、绩效管理、教育、诚信，并突出强调了“人民为先、立即表现”（People First, Performance Now）的口号。2010年2月，政府又成立了宗教关系工作委员会（Interfaith Relations Working Committee），以促进不同教派间

^① 译者注：马来西亚5·13事件爆发于1969年5月13日，官方解释此事件主要是马来人与华人之间的种族冲突，原因是各族间政治及经济能力的差异。此次冲突使马来西亚政府开始执行马来西亚新经济政策以消灭种族及经济差异同时减低贫民率，主要内容为给马来人特权。这次血腥的种族冲突导致了多人死亡和负伤，在华人占多数的地区，华人死伤人数远高于马来人。冲突之后，大马施行了马来西亚新经济政策，以加强马来人在马来西亚的经济地位。

^② 译者注：马来西亚“国家原则”指信奉上昌、忠于君国、维护宪法、遵从法治、培养德行。

的相互理解以实现和平共处。对此纳吉还进一步指出,这一组织的成立,是与在“一个马来西亚”信念指导下增进马来西亚民族团结的目标相一致的(*The Star*, 2010-09-19)。

马来西亚的媒体结构一方面深受其多民族人口所带来的语言多样性影响,另一方面也反映了马来西亚社会的多元特征。在马来西亚报界,就活跃着各种不同语言的报纸,以为其面向的不同族群受众提供服务。在目前马来西亚公开发行的51份报纸中,共有16份英文报纸、13份马来文报纸、19份中文报纸和3份泰米尔语报纸。其中,马来文报纸覆盖了其人口总数的46.5%,其次是英文报,覆盖了人口总数的28.7%,中文报和泰米尔语报纸则分别覆盖了人口总数的24.1%和0.7%。此外,约有84%—96%的马来西亚家庭拥有电视机,电视覆盖人群占到了人口总数的76%。目前,马来西亚的电视频道主要分为免费(7个频道)和付费(189个频道)两种类型。根据市场需求,这些频道播出的电视节目也同样着眼于吸引来自不同族群与不同语言背景的观众收看。

大众传媒是促进社会整合的重要工具。媒体可以在其中扮演改革推动者的角色,通过教育各亚文化群体,对传统的、处于分裂状态的社会加以整合,最终使差异不再成为引发社会冲突的导火索(Viswanath and Arora, 2000)。然而,尽管大众媒体上每天都会出现号召民族团结的声音,马来西亚不同族群间的紧张关系依然广泛存在。只要一有涉及某一族群利益的议题出现,族群冲突就会浮出水面。例如近来发生的棉兰冲突(*Kampung Medan clashes*)、“诉求”争端(*Suqiu*)、挥舞马来剑事件(*The keris polemics*)、改编国歌事件(*Negaraku incident*)、大学教科书风波(*Controversy over a tertiary education textbook on Ethnic Relations*)、关于信仰自由和遗体处理的争论(*Controversy over freedom of faith and body snatching*)、兴权会运动(*Hindu Rights Action Force*)、牛头示威(*Cow-head protest*)、国家干训局课程风波(*Biro Tata Negera debacle*)、外来者问题(*Pendatang issue*)、对“安拉”一词的使用争议(*Disputes over the use of the word “Allah”*)和教堂纵火袭击(*Arson attacks*)等事件,就都加剧了马来西亚国内各族群间的紧张局势。

三、马来西亚大众传媒的控制权与所有权概述

对大众传媒施行国家监管,是马来西亚政治制度的重要组成部分。在马来西亚,政府主要通过两大机构分别对媒体施行法律规制和所有权控制,进而限制媒体自由。在这一过程中,政府出台了《印刷与出版法》(PPPA)、《内安法》(ISA)、《官方机密法》(OSA)、《煽动叛乱法》(SA)、《通讯与多媒体法》(CMA)等一系列法律,以授权政府对出版物进行事前限制,并对收买官方消息的出版物实施事后惩罚并收取罚金。

《印刷与出版法》对马来西亚的媒体自由和民主社会发展可谓影响深远(Mohd Azizuddin, 2005)。以1987年马来西亚的政治风波为例,当时的英文报《星报》(*The Star*)、华文报《星洲日报》(*Sin Chew Jit Poh*)以及马来文报《祖国日报》(*Watan*)等三家主要报纸都被吊销了执照,直至1988年才得以复刊。这一惩罚不仅导致上述三家媒体编辑层的大面积换血,也在新闻从业者中催生了一种自我审查的氛围,同时对20世纪90年代马来西亚的新闻出版业发展产生了持久影响(Wang, 2001; Zaharom, 2002)。而也正是这种影响,激起了马来西亚国内舆论对涉嫌片面报道1998年依卜拉欣事件(Anwar Ibrahim case)和1999年“烈火莫熄”(Reformasi)运动^①的主流新闻媒体的严厉指责(Netto, 2002; Rodan, 2005)。此外还有学者指出,马来西亚政府之所以试图限制国内新闻自由并引入《印刷与出版法》,

^① 译者注:“烈火莫熄”运动是1998年马来西亚前副首相安华·依布拉欣被革职后不久,由其支持者发动的一次社会运动。此运动由一系列群众示威和集会组成,参与者以此宣泄对国阵政府的不满。直到安华在1998年末被捕后,“烈火莫熄”运动才沉寂下来。1999年马来西亚大选,公正党、泛马回教党和民主行动党组成替代阵线(简称替阵),与国民阵线相抗衡。受“烈火莫熄”效应所波及,在该年的第十届全国大选中,巫统所得的马来选票首次不过半。

主要是基于以下两点原因:一是维持国内的族群秩序,二是防止外国报纸影响国民对政府和国家的整体态度(Azizuddin, 2009)。

在马来西亚政府出台的所有旨在限制新闻自由的法令中,最为公众所诟病的当属《内安法》(Abu, 2003; Gomez, 2004; Kua, 1999; Kua, 2002; Zaharom, 2002)。虽然《内安法》并非专门为限制媒体自由而创制,但这样的条令极易迫使新闻记者进行自我审查,使其有意回避那些可能使自己遭到检举的新闻题材(Brown, 2005)。就这样,马来西亚的新闻界运动大多被该法令驯服了,新闻记者们无法通过发出有组织、有效力的声音,向政府争取更大的自由。

许多研究已经表明(Abu, 2003; Gomez, 2004; Mohd Azizuddin, 2009; Wang, 2001; Zaharom, 2002),《官方机密法》极大的限制了马来西亚的言论自由和新闻自由,并且其中绝大多数规定是不正当的;而反对党目前也正在对这一法案是否有违公共利益进行评估和讨论。同时也有学者指出,政府一向都以《官方机密法》作为拒绝向民众乃至国会公开信息的借口。通过限制民众了解公共信息以及与公共利益相关的信息,政府实际上剥夺了选民们的知情权,同时削弱了其履行公共责任的能力。特别是在5·13种族骚乱后,政府为了维护国家稳定,曾经严格的执行《煽动叛乱法》。凡是对马来民族特权、统治者会议^①权威、非马来族群公民身份、马来语国语地位及其它族群语言使用提出质疑的人,都会因该法律遭到起诉(Farish, 2002; Kua, 2007)。而作为5·13种族骚乱的产物,《煽动叛乱法》还被用于限制媒体报道那些容易激起各族群愤怒情绪,进而影响马来西亚民族和谐的内容(McDaniel, 2002)。

马来西亚1998年颁布的《通讯与多媒体法》旨在取代1950年颁布的《电信法》(Telecommunications Act 1950)和1988年颁布的《广播电视法》(Broadcasting Act 1988)。而马来西亚通讯与多媒体委员会(Malaysian Communications and Multimedia Commission)的成立,也意在马来西亚通讯和多媒体产业进行全新调节。通过一系列媒体管制条例,《通讯与多媒体法》对马来西亚通讯与多媒体产业的融合趋势进行了调控。同时,该法案也反映了相关产业为适应新兴服务、新兴广播电视网络和新兴技术设备发展而萌生的变革需求。

此外,马来西亚媒体的所有权结构也直接或间接的受到了政府以及与政府相关人士的控制。RTM自创立之初,就是由政府所有并且受政府控制的。而马来西亚的其它广播电视机构,也都处于信息部的掌控之下,并在日常运营中受到以下方针的指导(Wang, 2001):

- 1) 尽可能对政府政策、计划进行充分报道和深度解读,以确保公众最大限度的理解其含义;
- 2) 激发公众兴趣、主张,以达到与政府需求相一致的改变;
- 3) 帮助提升公民意识,为马来西亚文化艺术发展提供土壤;
- 4) 提供与国民教育、常识普及和消遣娱乐相关的恰当素材。

首要媒体(Media Prima)是由马来西亚执政党——巫人统一机构(UMNO)注资成立的媒体集团,旗下拥有《新海峡时报》(New Straits Times)、《商业时报》(Business Times)、《马来邮报》(Malay Mail)、《每日新闻》(Berita Harian)、《大都会日报》(Harian Metro)、《新明日报》(Shin Min Daily News)等多家报纸,TV3、NTV7、8TV、TV9四家电视频道,以及Fly FM、Hot FM两家广播频道。马来西亚前锋报集团下属的《马来西亚前锋报》(Utusan Malaysia)和《宇宙!》(Kosmo!),也与巫统有千丝万缕的联系(Netto, 2002; Tan and Zawawi, 2008)。而马来西亚华人公会(MCA)和马来西亚印度人国大党(MIC)也控制着很大一部分主流媒体。其中,马华公会通过其控股的华仁管理私人有限公司(Huaren Holding Sdn Bhd),掌握有《星报》(The Star)和Red FM 104.9、FM 988两家广播频道(Tan and Zawawi, 2008)。此外,马来西亚还有《淡米尔尼申》(Tamil Nesan)、《马来西亚南班》(Malaysia Nanban)

^① 译者注:统治者会议是由马来西亚的9位世袭统治者和4位委任州元首在联邦宪法38条文下组成的理事会,议会的主要功能是每5年在9位世袭统治者中遴选出最高元首和副最高元首,但只有世袭统治者拥有最高元首的选举权和被选举权。其他的功能包括审议并颁布联邦法律;对涉及全国性的伊斯兰教问题做最终裁决权;同时议会也有责任维护马来语和伊斯兰教的法定地位,以及在联邦宪法153条文下赋予土著的特别权益。

两家泰米尔语报纸，其所有权主要掌握在印度人国大党主席三美维鲁（Samy Vellu）夫妇手中（Brown, 2005; Wang, 2001）。

作为马来西亚前首相马哈迪（Mahathir bin Mohamad）和国民阵线党（BN）其它高层领导人的亲密伙伴，马来西亚商业巨子陈志远拥有《太阳报》和 Mi TV 两家媒体的所有权（Brown, 2005; Wang, 2001）。而寰宇亚洲卫星电视广播集团（Astro）则由阿南达·克里斯南（Ananda Krishnan）^①和东姑布哈努丁（Tunku Mahmud Besar Burhanuddin）所有。克里斯南也正是凭借和马哈迪的亲密关系，才得以在国阵党执政期间获得了媒体执照（Mohd Azizuddin, 2009; Brown, 2005）。

与马来文及英文报纸相比，马来西亚的华文报纸则要独立许多（Mc Daniel, 2002）。其中，《星洲日报》、《光明日报》、《南洋商报》和《中国报》均归商界及传媒业大亨张晓卿所有，而《东方日报》则归马来西亚木材业巨子刘会干所有（Tan and Zawawi, 2008）。

四、全球化与马来西亚通讯产业

为了应对全球化趋势，马来西亚政府已经颁布了多项自由化政策，以为商营电视台和几家电信公司的私有化进程铺平道路（Samsudin and Latiffah, 2011）。其中，TV3 成立于 1984 年，是马来西亚第一家商营电视台。而在此之前，马来西亚的广播电视媒体都是国营的。截至 2011 年 3 月，马来西亚已经拥有了 7 家免费开路电视频道，包括 RTM1、RTM2 两家国营电视频道和 TV3、NTV7、8TV、TV9、TV Al-Hijrah 五家商营电视频道。

此外，在马来西亚还有三家收费电视。Astro 作为卫星电视，可以为观众提供 110 个频道的收视服务，内容涉及体育、教育、电影、娱乐、音乐、新闻纪录片等多个领域。Fine TV 和 Hyppo Television 都是网络电视频道（IPTV）。其中，Fine TV 是 Eurofine 集团的下属公司，可同时提供 40 个频道的电视点播服务，用户可以通过有线和无线网络宽带登录观看，不过其运营范围仅局限于巴生谷流域。除 Fine TV 外，马来西亚电信公司也在其自主品牌 Hyppo Television 下开设了视频点播服务。作为马来西亚最新的付费电视媒体，Hyppo Television 播放的节目都是通过高速互联网宽带进行数字化传送的。

本地电视台的节目表往往会由来自不同国家、地区的多语种节目组合而成。除了对西方国家电视节目（主要是好莱坞节目）的严重依赖之外，本地电视台还大量播出产自宝莱坞、日本、韩国、台湾、香港和中国大陆的节目。同时，卫星电视新闻频道也提供了许多来自 CNN、BBC、Al-Jazeera 等媒体的不同新闻资源。

已有学者的研究表明，商营电视和数字电视日益增长的优势，无疑已经对马来西亚的国营广播电视系统产生了冲击（Samsudin and Latiffah, 2011）。这也使得政府开始注意提升自己向不同族群传播信息——特别是与国家发展以及民族关系相关信息的能力。而对于 RTM1 和 RTM2 这样的国营电视频道来说，其主要受众已经逐渐向乡村人口和老年人口转移。与之相反，地面商营频道则吸引了更多的年轻观众和城市观众，生产了许多有竞争力的节目，从而在与国营电视台的博弈中占据了领先地位。举例来说，Astro 成立 15 年来已经拥有了 293 万订户，覆盖了马来西亚电视用户的 49%（Samsudin and Latiffah, 2011）。然而，虽然广播电视产业已经在播出时长上实现了大幅度增长，但相关研究者（Netto, 2002; Samsudin and Latiffah, 2011; Wang, 2001; Zaharom, 2000; Zaharom, 2002）还是常常质疑电视媒体是否为其观众提供了更加丰富的节目编排和信息来源。

^① 译者注：阿南达·克里斯南，1938 年生于吉隆坡，位列 2012 年福布斯全球富豪排行榜第 93 位。阿南达庞大的企业王国以高科技业务领军，涉及娱乐业、空间产业、博彩业、航运、通讯等。他发射了马来西亚第一颗人造卫星，拥有马来西亚最大的移动通信公司、私营卫星电视公司和电视广播网络。此外，马来西亚人引以为傲的“双子塔”也是由他建立的。

五、研究目标

基于族群关系、媒体角色、媒体自由，以及全球化趋势等议题，本研究旨在揭示马来西亚华语电视节目执行制片人扮演的角色与面临的挑战。同时，本研究也力求发现全球化趋势，特别是香港、台湾、中国大陆、日本和韩国电视节目对马来西亚本地华语节目的影响。最后，本研究的另一重要目标还在于，探索马来西亚与中国未来在广播电视领域开展合作的前景。

六、研究方法

本研究采用半结构式访谈法，对以下两位电视节目执行制片人进行了开放式提问：

表 1：受访节目执行制片人列表

序号	受访者代码	电视媒体	访谈日期
1.	1 号受访者	Astro	2012-2-23
2.	2 号受访者	RTM2	2012-3-1

作为一家收费电视台，Astro 覆盖了马来西亚人口的 54%，而 RTM2 作为免费开路电视，其人口覆盖率则达到了 74%。目前，Astro 旗下已经拥有四家 24 小时播出的华语电视频道：

表 2：Astro 下属华语电视频道

频道	描述
亚洲娱乐频道 Asian Entertainment Channel (AEC)	播出本地制作且类型广泛的普通话节目，以及来自中国大陆、台湾、新加坡和日本的节目。
欢喜台 Hua Dee Dai	是全球为数不多的闽南语电视频道之一，以闽南语社群为目标受众，主要面向槟州和柔佛州民众播出。
华丽台 Wah Lai Toi	播出类型广泛的粤语节目，风格与香港电视台，特别是 TVB 相近。主要播出的都是 TVB 节目，此外还有少部分本地节目。其中部分精选节目特别是黄金档电视剧，都有粤语和普通话两种版本以供观众选择。
小太阳 Xiao Tai Yang	播出面向儿童的普通话节目（包括教育、游戏类节目等），目标受众为 4-12 岁儿童。

如上文所述，RTM1 和 RTM2 都是坚持“一个马来西亚”和“国家原则”的国营电视频道。其中，只有 RTM2 播出部分华语节目，旨在传播政府政策，同时将自身打造成为促进马来西亚各族群和谐共存的电视大家庭。此外，该频道还播出包括电影、电视剧、真人秀、娱乐节目、脱口秀、游戏竞赛以及儿童节目在内的多种类型的电视节目，以吸引不同背景的

电视观众。不过，作为一家24小时不间断播出的电视频道，RTM2每周播出的华语电视节目时长只有37小时，仅占其全部播出时间的22%。而依据节目来源、语言和类型，其华语节目又可划分为以下几种类别：

表3：RTM2的华语电视节目

来源	语言	节目类型
电影辛迪加	普通话和粤语	电影。
本地私人创作 私营制作公司	普通话	关注人情冷暖、健康问题及社会和经济发展的电视杂志类节目。
电视台内部	普通话	《你怎么说》(What Say You)。

如上表所示，RTM2目前只拥有《你怎么说》一档独立制作的华语电视节目。该节目时长一小时，由名人访谈和脱口秀组成，讨论的议题主要涉及医疗、社会、经济、教育、政府政策、非政府组织活动等等。

七、研究发现

(一) 教育背景与工作经历

1号受访者是一位40出头的女性，大学就读于大众传播学专业，主修方向是广播电视。她曾经有6年在华文小学学习的经历，在升入国立中学后，也坚持修读中文课程。大学毕业后她便进入Astro工作，目前已经在那里工作了13年。

2号受访者是一位55岁左右的男性，正在大学修读经济学。与1号采访者的教育背景相似，2号受访者也曾和华文小学学习过6年，在升入中学后也将中文作为修读科目之一。大学毕业后，2号受访者曾在求职过程中四处碰壁，最终于1980年被RTM录用。虽然他沒有接受过正规的大众传播学教育，但RTM开设的为期半年的职业培训帮助他掌握了电视节目制作的技术和知识，使他成为了一名电视制片人。同时，他还曾赴新加坡电视台学习过电视剧制作技术。从在RTM开启人生的第一段职业生涯至今，他已经为国营电视台服务了31年。

(二) 华语电视节目执行制片人的角色

作为一名电视节目执行制片人，1号受访者管理着一个将近40人的团队，同时需要向主管制片人负责。她曾为Astro下属的4个华语电视频道制作过电视节目，包括为华丽台制作的《Astro国际华裔小姐竞选》(Miss Astro Chinese International Pageant for Wah Lai Toi)、《Astro新秀大赛》(Astro Rookie Competition for Wah Lai Doi)，为AEC本地圈制作的《经典怀旧金曲歌唱大赛》(Classic Golden Memory Singing Competition for AEC)，以及为欢喜台制作的《欢喜来卡拉》(Happy Karaoke for Hua Hee Dai)等等。

据1号受访者介绍，华丽台曾经是Astro旗下最受欢迎的华语电视频道，但现在，刚刚开办五年的欢喜台已经后来居上了。欢喜台之所以能吸引更多观众，是因为在马来西亚生活着许多福建人。这部分观众除了收看欢喜台的闽南语节目消遣娱乐之外，没有任何其它选择。更重要的是，欢喜台还适应观众需要，独家推出了许多注重展现马来西亚本土文化，以及广大普通人特别是乡村民众日常生活的本地华语节目。此外，1号受访者还提到，几乎所有地

处郊区的传统咖啡馆（供应传统早餐和咖啡的店铺，从某种程度上说比街边食档更具有怀旧氛围），也都安装有收看欢喜台的电视接收机。

在RTM，2号受访者曾经在华语电视剧（1980-1988）、马来语访谈节目（1988-1990）、马来语杂志类节目（1991-1999）、华语新闻节目（2000-2006.8）、华语脱口秀节目（2006.9至今）等5个不同部门担任过制作人。据他介绍，学习电视节目制作应该首先从电视剧或综艺节目入门。同时他还强调，要想在国营电视台工作，必须同时精通华语、英语和马来语，其中又以电视新闻部对员工的要求最高。而2号受访者在华语电视新闻部工作时，主要负责审阅记者采写的新闻报道，以确保其中不存在与政治、宗教、语言相关的敏感议题。尽管工作压力很大，他依然为能接触到许多与时事相关的内容而感到非常享受。

同时2号受访者还提到，RTM从1988年起就已经叫停了电视台内部的华语电视剧生产，转而向本地私人影视制作公司购买电视剧。除此之外，他还从2006年9月开始接手了一档华语脱口秀节目《你怎么说》（What Say You）。这档节目原名《资讯焦点》（Info-Focus Mandarin），创办于1999年，曾是一档录播节目，改版后一度采用现场直播形式。2011年底，因为马来西亚信息部要求为该节目配上马来文字幕，《你怎么说》又恢复到录播状态。对此2号受访者解释到，信息部主要是考虑到有许多马来西亚华人观众听不懂普通话，同时还有许多非华族观众也在收看该节目。此外他还自豪地透露，《你怎么说》节目的目标受众是18岁以上的国民，而目前该节目的观众已经超过了10万人。

（三）华语电视节目执行制片人面临的挑战

被问及工作中面临的挑战，1号受访者透露，华语电视媒体在购置硬件设备方面的预算是十分有限的。而与中国大陆以及港台地区的电视媒体相比，Astro的广播技术水平也明显十分落后。同时她还强调，在平时工作中最困难的事，就是找到能适应岗位需求的人才。此外她还提到，在Astro内部有严格的等级划分，节目执行制片人往往需要经过层层审批才能做成一件事。

尽管如此，1号采访者依然认为，Astro的员工已经享有了相当大的自由，从未感受到来自政府或是大财团的控制。因此，就算她知道政治和宗教属于敏感话题，也不会节目中刻意回避。她经常会尝试在节目中展现不同的观点，同时也会在处理与政治、宗教相关的话题时注意保持言论的公正、客观和平衡。2012年2月18日，马华公会主席蔡细历与民主行动党（DAP）总书记林冠英在吉隆坡时代广场酒店进行了一场关于“大马华人政治是否会由两线制演变成两族群制”的双王辩论^①。Astro旗下的AEC频道就现场直播了辩论全过程。据1号受访者介绍，这场直播最终取得了非常好的收视成绩。

在1号受访者看来，促进马来西亚多元种族间团结或是推动社会整合，并不是她制作华语电视节目时考虑的主要因素，也不是Astro下属各华语频道关注的焦点。而被问及华语频道在传承中华文化方面扮演的角色时，1号受访者指出，欢喜电视台一直以来都重视对福建传统习俗、饮食等内容的介绍，已经在促进华人文化传播方面取得了引人注目的成绩。然而她也强调，娱乐性依然是Astro华语电视节目的最主要特征。毕竟，找乐子是观众收看电视节目的重要原因之一。一旦觉得节目不吸引人，他们就会立刻换台。

讨论到人力资源管理问题，1号受访者认为，目前的困难不仅表现在难以从年轻一代中雇佣到有吃苦耐劳精神的称职员工，还表现在进入行业的年轻人往往缺乏分析能力，只知道对上司言听计从。如果年轻从业者不具备进行批判性思考的能力，华语电视未来的发展前途

^① 译者注：所谓“两线制”，相当于西方的“两党制”，在马来西亚即指执政党联盟“国民阵线”和反对党联盟“替代阵线”并存的政治格局。而所谓“大马华人政治是否会由两线制演变成两族群制”的辩论，其实质即在于讨论“两线制”的存在，对于建立多元族群和谐共存的马来西亚究竟是利大于弊还是弊大于利。

将是令人担忧的。而除了上述挑战之外，1号受访者认为自己从工作中收获的最大满足感，来源于观众对节目的正面反馈以及出色的收视成绩。

提及在RTM工作面临的挑战，2号受访者认为，电视台缺乏足够的华语电视节目主持人是当下存在的主要问题。也正是出于这个原因，RTM并没有制作华语儿童节目。而更为重要的是，目前在RTM2频道，负责华语节目制作的员工还不到5人。以《你怎么说》为例，2号受访者在节目制作过程中，就需要通过雇佣兼职员工和个体主持人来解决人手短缺的问题。而华语新闻节目也面临相似的困难，同样需要雇佣一些个体新闻主播。尽管自己并不负责人才招聘和人力资源配置，2号受访者依然为许多华语电视节目人才没有被录用感到不解和遗憾。他非常担心再过5年，当自己年满60岁退休后，《你怎么说》可能会因为无人顶替自己的职位而停播。事实上，在目前的工作团队中，2号受访者还没有找到能接替自己的人选。所以他可能要提醒上司，尽量在自己退休之前的两、三年内找到合适的继任者，因为他需要和新人共事一段时间，以保证其未来可以独当一面。

2号受访者还表示，自己在设备经费方面没有遇到过任何问题，因为RTM2在财政上是受政府支持的。事实上他认为，RTM2的硬件设备和技术水平是可以与港台地区电视媒体相媲美的。但是，当被问及RTM2在运营过程中所受到的政治影响时，2号受访者突出强调了RTM2的运营宗旨，即传播来自政府的信息。尽管如此，他也提到没有任何马来西亚政府官员曾经干涉过国营电视台的运营。此外，他还宣称自己制作的节目在触及政治议题时，始终坚持着客观、平衡和中立的原则。并且他的上司也相信，他可以在充分理解RTM2所扮演的角色基础上，完成好自己的工作。同样值得注意的是，2号受访者也不认为自己制作的节目肩负有促进民族团结、推动社会整合的使命。

（四）全球化对本地华语电视节目的影响

尽管1号受访者承认，经由电影、电视剧和流行音乐传播的韩国、日本文化在马来西亚非常流行，但她并不认为这些外来文化对本地电视节目产生了影响。在她看来，马来西亚观众始终更青睐本地电视节目，因为本地节目能带给他们更强的归属感和身份认同感。举例来说，虽然Astro在去年农历除夕夜播出了许多频道制作的新年倒计时节目，本地节目依然在与中国大陆以及香港节目的收视率竞争中拔得了头筹。

尽管如此，1号受访者也承认，Astro自制的华语电视节目与来自中国大陆以及港台地区的电视节目之间，确实存在着某种形式的竞争。与受语言限制的马来族观众不同，马来西亚的华人观众对电视节目的选择余地是很大的。因此，来自不同国家、地区的华语节目为了争夺观众注意力，彼此间的竞争也就自然十分激烈。同时，她也称赞了中国大陆以及港台地区生产的电视节目，认为其无论在技术水平还是人才配置上，都比马来西亚本土制作的电视节目更加优质。

同时1号受访者还指出，在马来西亚，香港电视剧是最受欢迎的电视节目，其男、女演员也能被本地观众所接受。喜爱香港电视剧的观众大多在30岁以上，从小就是看香港TVB电视剧长大的。而出演TVB电视剧的许多香港演员在中国大陆也很有名，还经常被邀请高薪出演中国大陆电视剧。

此外1号受访者还观察到，与现代剧相比，中国大陆古装剧在马来西亚往往更受欢迎。在她看来，这是因为中国大陆现代剧传达的生活方式和文化与马来西亚大相径庭，因而难以引起马来西亚观众的共鸣。同时她还提到，中国大陆古装剧因为在制作过程中拥有充足的预算和充裕的拍摄时间，所以大都质量上乘，特别是在化妆、服饰、特效等方面的水准，甚至与电影不相上下。

在谈及台湾电视剧时，1号受访者将其形容为男、女主角均为巨星的偶像剧，目标受众多为小学生和青少年。然而她也注意到，当下的青少年往往更喜欢上网搜索自己喜欢的娱乐节目，而不再高度依赖于电视。

对于 Astro 自制华语电视节目的未来，1号受访者持较为乐观的态度，认为其具有很广阔的发展空间。虽然受预算和人力的限制，目前 Astro 播出的自制华语节目只占其全部播出时间的不到 10%。但 1号受访者依然相信，未来 Astro 播出的本地华语节目将会越来越多，而进口华语节目的数量则会逐渐减少。因此，对于那些有志于投身华语电视节目制作的人来说，今后必将拥有更多的发展机会。

有趣的是，与 1号受访者相似，2号受访者也认为全球化并没有对 RTM 的华语电视节目产生太大影响，反倒是地方主义在其中扮演了更为重要的角色。

（五）中、马两国电视产业的合作前景

上文中曾经提到，Astro 旗下的欢喜台曾经推出过一档名为《欢喜来卡拉》的歌唱比赛节目。正是通过与中国厦门电视台合作，Astro 才为该节目在厦门开辟了跨国竞赛的舞台。由此 1号受访者也提到，她期待在未来看到中、马两国电视界展开更多其它形式的合作，包括文化、技术层面的合作，甚至是人力资源和人才的交换等等。

当被问及中、马两国电视产业未来的合作前景时，2号受访者则透露：此前中国一家电视台已经访问过 RTM，并与马来西亚信息部讨论了节目交换事宜。同时，他也肯定了中国大陆电视剧和电影的优秀质量。至于为什么中国大陆电视剧在 RTM 的播出数量远远不及香港电视剧，恐怕就要问负责节目引进的部门了。

八、讨论与结论

首先值得注意的是，本研究中的两位受访执行制片人，都不认为自己制作的节目在推动马来西亚民族团结和社会整合方面扮演了重要角色。对于 Astro 这样的私营电视媒体来说，存在这样的想法是可以理解的。毕竟，私营媒体要在激烈的市场竞争中求得生存，必须考虑其商业收益，节目的娱乐性也就因而变得至关重要。但是，RTM 作为国营电视台，并不像 Astro 那样面临来自市场的压力，更不用说强化民族意识、促进民族团结，本就是其理应扮演的角色。因此，基于上文的研究发现，笔者不得不质疑 RTM 是否很好的完成了自己的使命。

其次，虽然两位受访执行制片人都表示自己没有感受到自政府或大财团的直接干预，我们依然可以从其言论中发现，他们都在不同程度的进行着自我审查，既没有强调马来西亚华语电视节目中的种族分裂倾向，也没有论及马来西亚目前面临的贪污腐败、选举公正、政府改革、公共安全等一系列紧迫问题。事实上，前人的研究已经表明 (Barr, 2000; Gunaratne, 2002; Khoo, 1999; Myung, 2000; Netto, 2002; Randhawa, INT1h and Loone, 2005; Rodan, 2005; Wang, 2001; Zaharom, 2000)，在马来西亚传媒界，引导媒体、发展新闻学以及强调新闻业的亚洲价值等观念是占有突出地位的。特别是保持媒体与政府之间的亲密关系，更是被普遍援引的所谓亚洲新闻价值 (Massey and Chang, 2002)。就连东盟 (ASEAN) 推崇的新闻业发展模式，也号召新闻工作者支持政府推动国家发展，同时在不同种族、信仰以及使用不同语言的国民中循序渐进的渗透民族认同意识 (Massey and Chang, 2002)。而对首相和政府的尊重，更是马来西亚当局对媒体从业者提出的最核心要求。就连马新社 (Bernama) 前任总经理阿兹曼·乌江 (Azman Ujang) 也曾表示，新闻记者的任务就是解释政府政策，同时负责任地报道重要而又“安全”的政治经济议题 (Loo, 1996)。

同时还有学者指出，马来西亚媒体与政府之间紧密的合作关系，会促使新闻记者为了不

冒犯政府而进行自我审查。而这样的关系也会孳生出一种恐惧文化。当自我审查意识与带有对政府轻微批评的言论相遇时，这种恐惧就会由记者及媒体撰稿人开始，蔓延至出版商、主持人、经销商，甚至是一般民众（Wong, 2004）。

然而，虽然如上文的文献回顾所示，许多学者都对马来西亚的媒体自由现状持不乐观的态度（特别是对主流媒体而言）。但也有学者坚持认为，媒体依然是一架推动公众实现政治参与的机器：

马来西亚的媒介版图由多种不同类型的媒体构成。其中既有 RTM 电视台和马新社这样由政府运营的媒体，也有由个人、商会或民间组织运营的自由网站。而除二者之外，还有一些采用私营公司运作模式，同时又受到政府和大财团严格监管的商营报纸和私营广播电视媒体。和其它许多国家一样，马来西亚的大众媒体传播也是一项由大财团掌控的庞大产业。大财团往往通过市场力量操控媒体以实现产业集中化，同时也通过突破政府设置的监管障碍公开的进行过度竞争。尽管如此，经济和技术的进步依然扩大了大众媒体的数量及其传播范围，同时也增加了民众通过媒体实现政治参与的机会（George, 2007: 894）。

此外，商业卫星电视的出现也已改变了许多亚洲国家过去以国营广播系统为主导的媒体版图。有学者在谈及这种现实时认为，是通讯技术的革新使媒体的跨国流动进入了崭新的发展阶段，而其原因正在于卫星电视具有强大的国际属性，使得各主权国家很难对其进行控制和监管（Ang, 2000）。事实上，国家为取缔卫星电视而推行的一系列政策，的确正在逐渐失去其效用。以禁止安装卫星天线为例，近来卫星天线大小的逐渐“缩水”，已经使其不必再暴露于公共视线之下。就连马来西亚信息部前任政务次长法兹阿都拉曼也意识到了这一点。他曾表示：“无论我们出台怎样的法律，都无法制止人民在世界的任意角落接收卫星广播。”（引自 Ang, 2000）。从这个意义上说，卫星广播技术已经彻底暴露了当下政府在文化领域施行“边境巡逻”的困境，进而为政府处理新时代下的媒体与国家间关系提出了前所未有的挑战（Ang, 2000）。

再次，本研究还认为，RTM 电视台华语节目制作人才的缺乏十分值得关注，政府应该尽快引起重视并出台相关对策。电视是一种重要的文化传播工具，而具体到 RTM 这一国营电视媒体，自然也应是传播华人文化的重要工具。然而，RTM 非但没有扮演好促进民族统一和社会整合的角色，反而充当了政府喉舌，甚至加深了马来西亚各族群间自 1963 年至今一直存在的隔阂。在巫统统治下，RTM 一直倾向于强调马来族文化的支配地位与马来西亚文化的整体性，忽视了对马来西亚各族群以及原住民文化内部特征与外部差异的展示。尽管目前，马来族文化在媒体中的相对支配地位已经被消解，但长期以来，少数族群依然受到了忽视，其利益在媒体中也并未得到体现（Khattab, 2006）。值得注意的是，这一观点也正与本研究得出的“RTM2 没有在促进民族团结和社会整合过程中扮演积极角色”的观点相互契合。而持相似观点的学者也曾指出：

许多人认为，马来西亚的政府官员结构奉行“三一制”原则，也就是马来族、华族和印度

裔官员各占三分之一。这绝对是对马来西亚民族现状的误解。其实马来西亚拥有 80 多个族群，其中还包括很多混血族群（Nadarajah, 2004: 4）。

最后，虽然许多研究都表明，来自中国大陆、香港、台湾以及韩国、日本、宝莱坞、西班牙、迪拜、南非的媒介产品，目前都试图通过出口和开展国际合作等途径拓展在马来西亚的市场（Choi, 2002; Fu and Govindaraju, 2010; Fursich and Shrikhande, 2009; Huang, 2009; Thomas, 2003）。但也有许多学者从文化接近性概念出发，分析了国际范围内外国媒体与本土媒体对受众的不同吸引力，认为文化接近性作为一种有直观吸引力的影响因素，会使受众更容易与本国媒体亲近（Ksiazek and Webster, 2008）。特别是在日益繁荣的媒体环境逐渐向各类人群开放的当今世界，文化接近性更成为了解释受众行为的重要理论工具（Davis, 2003）。正如上文中两位受访执行制片人提到的，尽管能够收看到很多来自其它国家、地区的华语节目，马来西亚华人观众还是更偏爱本地生产的华语电视节目。而文化接近性这一概念，正可以很好的解释受众的此种选择及其行为特征。

同时，文化接近性理论的支持者还十分强调语言在决定受众收视偏好方面的重要性。与配有字幕或经过译制的电影相比，受众往往更偏爱用本地习语表达其内容的电影（Davis, 2003）。而在个体受众层面，能够掌握或者至少能够理解节目所使用的语言，是决定受众是否会选择收看以及能否欣赏某一节目的重要影响因素（引自 Ksiazek and Webster, 2008）。要想使节目更好的引起异文化观众的共鸣，节目内容与其观众就必须存在于相同的文化或地理语境当中（Davis, 2003）。

综上所述，本研究揭示了马来西亚华语电视节目执行制片人并不认为自己在促进民族团结和社会整合方面扮演了重要角色。但是，他们又自称在报道政治、宗教等敏感议题时能够做到客观、平衡、中立。在他们看来，无论对于马来西亚的私营还是国营电视媒体来说，难以找到合适的华语节目制作人才，是整个行业普遍面临的问题。此外，本研究也发现，虽然具有本地特色的电视节目在马来西亚华人观众中影响力很大，但受访节目执行制片人依然对产自中国大陆的电视节目及电影评价颇高，并且非常期待中、马两国未来能在广播电视产业领域展开交流与合作。

参考文献：

- Abdul Rahman Embong. (2000). *The culture and practice of pluralism in post-independence Malaysia*. Bangi: Institute of Malaysian and International Studies (IKMAS), Universiti Kebangsaan Malaysia.
- Abu Talib Othman. (2003). Opening address at the Workshop of Freedom of the Media. *A case for media freedom: Report of Suhakam's workshop on freedom of the media*. Kuala Lumpur: SUHAKAM.
- Ang, I. (2000). Desperately guarding borders: Media globalization, „cultural imperialism“ and the rise of „Asia“. In S. Yoa (ed.), *House of glass: Culture, Modernity and the State in Southeast Asia.*, 19-39. Singapore: Institute of Southeast Asian Studies.
- Barr. M. D. (2000). Lee Kuan Yew and the “Asian values” debate. *Asian Studies Review*, 24(3),

309-334.

- Brown, D. (2002). *The state and ethnic politics in South-East Asia*. London: Routledge.
- Brown, G. (2005). The rough and rosy road: Sites of contestation in Malaysia's shackled media industry. *Pacific Affairs*, 78(1), 39-56.
- Choi, J. B. (2002). Globalization and culture. *Journal of Communication Inquiry*, 26(4), 446, 450.
- Davis, L. L. (2003). Cultural proximity on the air in Ecuador: National, regional television outperforms imported U.S. programming. In M. G. Elasmr (ed.), *The impact of international television: A paradigm shift*, 111-131. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Farish Noor. (2002). *The other Malaysia: Writings on Malaysia's subaltern history*. Kuala Lumpur: Silverfish Books.
- Fu, W. W. & Govindaraju, A. (2010). Explaining global box-office tastes in Hollywood films: Homogenization of national audiences' movie selections. *Communication Research*, 37(2), 215-238.
- Fursich, E. & Shrikhande, S. (2009). Development broadcasting in India and beyond: Redefining an old mandate in an age of media globalization. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 51(1), 110-128.
- George, C. (2007). Media in Malaysia: Zone of contention. *Democratization*, 14(5), 27, 893-910.
- Gomez, E. T. (2004). Politics of the media business: The press under Mahathir. In Welsh, B. (ed.), *Reflections: The Mahathir years*, 69-84. Washington: School of Advanced International Studies, John Hopkins University.
- Gunaratne, S. A. (2002). Freedom of the press: A world system perspective. *Gazette: The International Journal for Communication Studies*, 64(4), 343-369.
- Holden, T. J. M. (2001). The Malaysian dilemma: Advertising's catalytic and cataclysmic role in social development. *Media, Culture & Society*, 23(3), 275-297.
- Huang, X. W. (2009). „Korean wave“ – The popular culture, comes as both cultural and economic imperialism in the East Asia. *Asian Social Science*, 5(8), 123-169.
- Khattab, U. (2006). „Non“ mediated images. *The International Gazette*, 68(4), 347-361.
- Khoo, B. T. (1999). The values of a miracle: Malaysian and Singapore elite constructions of Asia. *Asian Studies Review*, 23(2), 181-192.

- Ksiazek, T. B. & Webster, J. G. (2008). Cultural proximity and audience behavior: The role of language in patterns of polarization and multicultural fluency. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 52(3), 485-503.
- Kua, K. S. (1999). *445 days under Operation Lalang: Account of the 1987 ISA detentions*. Kuala Lumpur: Oriengroup Sdn Bhd.
- Kua, K. S. (2002). *Malaysian critical issues*. Petaling Jaya: Strategic Information Research Development.
- Kua, K. S. (2007). *May 13: Declassified documents on the Malaysian riots of 1969*. Petaling Jaya: SUARAM Komunikasi.
- Loo, E. (1996). Media tightly prescribed. *Nieman Reports*, 50(3), 79-80.
- Massey, B. L. and Chang, L. J. A. (2002). Locating Asian values in Asian journalism: A content analysis of web newspapers. *Journal of Communication*, 56(4), 987-1003.
- McDaniel, D. (2002). Southeast Asia's electronically charged media revolution. *Nieman Reports*, 56(2), 63-64.
- Mohd Azizuddin Mohd Sani, Norhafezah Yusof, Azahar Kasim & Rusdi Omar. (2009). Malaysia in transition: A comparative analysis of Asian values, Islam Hadhari and 1Malaysia. *Journal of Politics and Law*, 2(3), 110-118.
- Myung, S. P. (2000). Asian values and economic setback in the region. *World Communication*, 29(3), 10-17, 28.
- Nadarajah, M. (2004). *Another Malaysia is possible*. Kuala Lumpur: NOHD.
- Netto, A. (2002). Media freedom in Malaysia: The challenge facing civil society. *Media Asia*, 29(1), 17-23.
- Randhawa, S., INT1h, P., & Loone, S. (2005). *Freedom of expression and the media in Malaysia*. Petaling Jaya: SUARAM.
- Richards, T. (2001). Media and conflict portrayal. *Conflict Resolution Notes*, 18(4), 122-131.
- Rodan, G. (2005). *Transparency and authoritarian rule in Southeast Asia: Singapore and Malaysia*. New York: Routledge.
- Samsudin Abdul Rahim & Latiffah Pawanteh. (2011). Democratization of information in Malaysia: A response to globalization. *Asian Social Science*, 7(2), 3-11.

- Selva, J. (2010). *Media Planning Guide Malaysia 2010*. Kuala Lumpur: Perception Media Sdn Bhd.
- Seow, T. L. & Maslog, C. C. (2005). War or peace journalism? Asian newspaper coverage of conflicts. *Journal of Communication*, 55(2), 311-329.
- Shamsul Amri Baharuddin (1999). Identity contestation in Malaysia: A comparative commentary on “Malayness” and “Chineseness”, *Akademika*, 55 (July).
- Sin Chew Daily. (2008, October 12). *National unity biggest challenge for Najib*, 3.
- Sin Chew Daily. (2008, December 18). *Eliminate Interethnic and Religious Tension*, 3.
- Suryadinata, L. (2004). *Ethnic relations and nation-building in Southeast Asia*. Singapore: Institute of Southeast Asian Studies.
- Tan, J. E., & Zawawi Ibrahim. (2008). *Blogging and democratisation in Malaysia: A New Civil Society in the Making*. Petaling Jaya: The Strategic Information and Research Development Centre.
- The Star. (2010, September 19). *PM fully supports inter-faith efforts in Malaysia*, 5.
- Thomas, A. O. (2003). Reviewing policies on satellite broadcasts in East Asia: New technology, political economy, and civil society. *Knowledge, Technology & Policy*, 16(3), 29, 103-112.
- Viswanath, K., & Arora, P. (2000). Ethnic media in the United States: An essay on their role in integration, assimilation, and social control. *Journal of Mass Communication & Society*, 3(1), 39-56.
- Wang, L. K. (2001). Media and democracy in Malaysia. *Javnost – The Public*, 8(2), 67-87.
- Wong, K. L. (2004). Asian-based development journalism and political elections. *Gazette: The International Journal for Communication Studies*, 66(1), 25-40.
- Zaharom Nain. (2000). Globalized theories and national control: The state, the market, and the Malaysian media. In J. Curran & M. J. Park (eds.), *De-Westernizing media studies*, 139-153. London: Routledge.
- Zaharom Nain (2002). The structure of the media industry: implications for democracy. In F. K. W. Loh, & B. T. Khoo (eds.), *Democracy in Malaysia: Discourses and Practices*, 139-154. Richmond: Curzon.
- Zaid Ibrahim. (2007). *In good faith*. Petaling Jaya: ZI Publications Sdn. Bhd.

欧洲传播思想

社会学视野下欧洲传播学研究关注点及研究路径简析

Topics and Methodologies of European Communication Research in the Scope of Sociology

张咏华^①

中文摘要: 当今全球化时代,对于不同的学科领域而言,环视国际学界的研究——其研究问题、分析视角等——都是重要的。本文旨在提供欧洲传播学研究关注点及研究路径之一瞥,这是鉴于相对于我国学界对于美国传播学研究的探索 and 了解而言,我们对于欧洲传播学研究的探索 and 了解显得不够。在梳理《欧洲传播学季刊》最近5年(2007年第三期至2012年第二期)的内容基础上,本文分析了该刊所透视出的近年来欧洲学界关注的议题以及使用的研究路径,并且将之置于社会学的视野下,试图分析这些议题及研究路径同研究在其中发生的社会环境因素的勾连。

关键词: 欧洲传播学研究, 研究路径, 社会学视角

Abstract: In the globalization era, it's important to know about the research topics and perspectives of analysis adopted by the international academia. This article reviewed Issue 3, 2007 to Issue 2, 2012 of *European Journal of Communication* in the last five years, and found out the major research topics and methodologies by the European academics. The author then tried to analyze their inter-relations with the social context under the scope of sociology.

Key Words: European communication research, research methodology, sociology perspective

^① 张咏华: 上海大学影视学院教授。

导言

当今世界,全球化与信息化的特征日益凸显。伴随着各国之间在社会多种维度上的交往、相互依存、相互影响现象的日益发展,学术研究的国际化认知对各个领域都倍显重要;环视国际学界的研究——其研究问题、分析视角等——不仅可拓展研究视野,而且有利于学科建设的国际化发展。当此基于信息传播高新技术的一种又一种新的数字化传播形态在全球崛起之时,传播学领域的研究尤须重视其国际化认知。鉴于迄今为止,我国传播学界对欧洲传播学研究的探讨和了解逊于对美国传播学研究的了解,而欧洲不仅是现代印刷出版业和报纸的发源地,还是西方近现代文明的发端地,同时不少欧洲国家也与中国同属文化传统悠久的国家。因此,进一步探讨欧洲的传播学研究,考察该领域的近期研究成果,有助于我们了解欧洲传播学界同行关注研究什么问题、为何重视这些问题,以及如何分析这些问题,并进而从中透视欧洲各国的文化积累如何作用于其学术界对于媒介传播的研究,作用于其学术界的研究视角与研究路径。为此,本文将通过梳理欧洲传播学研究公认的权威刊物《欧洲传播学季刊》(*European Journal of Communication*)最近5年(2007年第三期至2012年第二期)的内容获取研究资料,以此为依据透视欧洲传播学研究的议题、视角、路径,进而分析这些内容同欧洲文化积累之间的联系。本文梳理的具体方法,是内容分析与文本分析相结合。

一、《欧洲传播学季刊》最近5年的内容:研究议题、视角与路径

《欧洲传播学季刊》2007年第三期至2012年第二期(共20期)共刊载研究文章93篇(编者按与书评未计入内)。值得注意的是,20期刊物中,有1期是关于社会信任与传媒的专辑,有1期是关于传媒与欧洲公共领域的专辑。

《欧洲传播学季刊》2007年第三期至2012年第二期文章总篇数:93 (编者按与书评未计入内)		
研究主题	篇数	占百分比(小数点后保留两位)
媒介内容研究	17	18.28%
传媒与欧洲公共领域	14	15.05%
传媒与社会各方的关系	9	9.68%
受众媒介信息接收/消费研究	7	7.53%
社会信任与媒介	6	6.45%
传媒与政治竞选等运动	6	6.45%
传媒政策	6	6.45%
传媒产业	5	5.38%
传媒功能与传媒社会影响	5	5.38%
因特网—传统传媒—个人媒介关系研究	5	5.38%
对于传播学研究、理论及研究方法的分析	5	5.38%
媒介传播策略	2	2.15%
其他主题(包括传媒欧洲化与本土化,媒介传播中公众情绪扮演的角色,不同的欧洲国家新闻学学生的专业态度与价值观的比较,家长对于儿童开展网络游戏的中介作用,等等)	6	6.45%

就研究视角、研究路径而言，该刊中关于传媒（不论是基于网络的还是传统的）内容的研究文章，主要使用的视角、路径有话语分析、框架建构、社会学的、历史的（如对于弗兰德斯报刊中关于巴勒斯坦人第一次大起义及第二次抵抗运动报道内容的历时性纵向比较研究）和横向比较的。例如，该刊2010年第二期上的“Marking journalistic independence: Official dominance and the rule of product substitution in Swedish press coverage”（《留印记于新闻独立性：瑞典报刊新闻中官方的优势与（新闻）产品替代规律》）一文，显示出宽广的社会学视角：从政治势力—媒介专业主义价值观的关系之角度，探讨报刊时政新闻。文章指出，“独立自主而不受制于政治权力是大部分西方国家专业新闻工作者的核心理念。但与此同时，有研究显示新闻传媒机构在构建新闻过程中重度依赖官方人士”（Shehata, Adam, 2010: 123）。该文通过对瑞典两家日报 *Dagens Nyheter*（意为“今日新闻”）和 *Svenska Dagbladet*（意为“瑞典日报”）在2008年15周的时间段中发表的新闻作内容分析，探讨官方优势的性质与瑞典日常政治新闻中表现出的新闻传媒的独立策略。又如，2009年第二期上的“An Anatomy of Media Hypes: Developing a Model for the Dynamics and Structure of Intense Media Coverage of Single Issues”（《夸大其辞的媒介炒作剖析：开拓一种模式以分析传媒对于单个问题的密集报道的动力因素和结构》），对2000年至2005年间丹麦的传媒炒作展开个案研究，揭示了事件成为媒介密集报道对象的背后动力因素，即“有点违反常规，适合于公共辩论，并且媒介有可能从各种不同的角度对之予以报道”（Wien, Charlotte et al., 2009: 183）。

关于传媒与社会各方关系的研究文章，既有从微观层面的新闻传播工作者同政客的角色关系着手，探讨解释欧洲若干国家新闻工作者愤世嫉俗的政治观点的；又有从宏观层面考察传媒体系同公共知识以及民主关系的；还有从中观层面、以人种志研究方法透视流行媒体与某一中学生社会群体日常生活关系。

该刊中围绕受众媒介信息接收/消费研究的文章，有从公众实际接收到多样化观点状况的角度，检验基于西方规范性新闻传播理论的欧洲传媒政策对多样化的要求之实现状况的，有从传统的信息接收者人口统计学特点角度考察其对媒介信息使用的，还有将族群的电视接收行为同族群认同联系起来研究的。

关于传媒与公共领域的研究文章，有的采用女权主义视角，有的使用网路研究路径而聚焦于基于因特网的公共领域，有的从政治认同的角度将欧盟的扩大同欧洲公共领域的发展相联系。

二、社会学视野下的欧洲传播学近况图

从社会学的视角来看，任何学术领域的研究，都发生在特定的社会环境之中，从而不可避免地与社会现实产生一定的联系。下文将以社会学视野进一步观照《欧洲传播学季刊》所折射出的欧洲传播学近况图，以期了解欧洲传播学研究的主要关注点及研究途径背后的促成因素。

现代西方社会学奠基者之一、法国社会学家迪尔凯姆（Emile Durkheim，又译涂尔干、迪尔海姆）在《社会方法的准则》中明确指出，社会学的研究对象是“社会事实”，它们（社会事实）“存在于产生了它们的社会本身之中”，而不取决于社会成员个人，它们并以外在的形式抑制和作用于个人，塑造人们的意识（E. 迪尔凯姆，狄玉明译，1995：23~34页）。迪尔凯姆并且强调了社会环境在解释社会事实中的作用（E. 迪尔凯姆，狄玉明译，1995：129页）。以社会研究的广角镜来透视，传播学是社会科学下的一种学科。社会科学以研究和解释各种社会现象及其发展规律为己任。传播学则是以研究和解释社会传播现象及其发展规律为己任的学科，其与社会现实的联系尤为直接、凸显：如果说新闻传媒是承载对于社会现实

的记录与建构的载体,那么以新闻传媒的传播行为作为极为突出的研究对象的传播学,其研究议题无疑直接同媒介建构社会现实的社会事实相联系。因此笔者认为,在社会学视野下,欧洲传播学近况,可以为我们提供欧洲社会现实、社会环境作用于这种研究的框图。

如前所述,笔者对于《欧洲传播学季刊》最近五年(2007年第三期至2012年第二期)以来20期(共刊载研究文章93篇;编者按与书评未计入内)的内容进行梳理发现,20期刊物中有1期是关于社会信任与传媒的专辑,有1期是关于传媒与欧洲公共领域的专辑。这两期专辑的出现,正折射出欧洲社会现实作用于欧洲传播学研究的烙印。根据英国著名社会传播学者戈尔丁(Peter Golding)等人为“(社会)信任与传媒”专辑(《欧洲传播学季刊》2012年第一期)所写的编者按,“(社会)信任与传媒”这一宽广的主题包含了“至少两点相互关联但不同的担忧”:一是对于一系列主要的社会建制机构(从议会和政党到警察和经济公司)的效率或相关性的信任度下降的担忧,二是对于人们对传媒本身的信任度下降的担忧(Golding, Peter et al., 2007: 3.)。数据显示了在欧洲社会这两方面信任度的下降。根据欧洲委员会2011年春季的Euro barometer调查,“在整个欧盟,63%的被调查对象不信任政府,60%的被调查对象不信任议会。”(Golding, Peter et al., 2007: 4.)。尽管这样的总体数据反映不出欧洲各国家在这一点上相当大的差异,但在许多欧洲国家,“公众对于政界领导人的看法已越来越倾向于怀疑”(Golding, Peter et al., 2007: 4),而对传媒信任的衰退也已明显。欧盟2010年的调查发现,人们“对于传媒的信任依然相对脆弱和有限”:在整个欧盟地区,52%的被调查对象说他们倾向于不信任报刊,45%的被调查对象说他们倾向于不信任电视;在英国和希腊,声称对报刊倾向于不信任者在被调查对象中的比例分别高达79%和71%。(Golding, Peter et al., 2007: 4)可以说,这两点基于欧洲社会现实的担忧,构成了“(社会)信任与传媒”备受欧洲传播学界重视的现实因素。也正是这一因素,促使它成为欧洲传播学者热议的、《欧洲传播学季刊》以专辑予以讨论的研究主题。

以“传媒与欧洲公共领域”为主题的文章,不仅见于《欧洲传播学季刊》的1期专辑(2007年第四期),而且也散见于该刊最近五年的其他多期,可见其在欧洲传播学界的受关注度极为突出。以社会学视野细加观照可以看出,至少有这样两种社会文化环境因素与之相连:欧盟发展壮大的现实背景因素,以及重视公民社会/市民社会以及公共领域的思想文化传统因素。笔者以下将试从2007年第四期,即“传媒与欧洲公共领域”的专辑内容切入对这一问题的讨论。通过梳理可以发现,这一期的7篇文章,有4篇在标题或关键词中就出现了“欧盟”、“欧盟传播”、“欧盟历史”等表达。其中,该期的第一篇文章即以“The European Public Sphere and the Social Imaginary of the ‘New Europe’”(《欧洲公共领域和“新欧洲”的社会映像》)为标题,“探讨欧盟的扩大如何对欧洲公共领域的发展产生影响”(Lauristin, Marju, 2007: 397)。而标题中对“新欧洲”(New Europe)一词的使用,所指的也是欧盟一体化背景下的欧洲。这些都明显体现出该研究同欧盟发展这一欧洲社会现实因素的关联。还有2篇文章,“The European and the National in Communication Research”(《(欧洲)传播学研究中的欧洲与民族事物》)和“Television and the European Public Sphere”(《电视与欧洲公共领域》),尽管在标题和关键词中没有出现“欧盟”两字,但其摘要清楚的显现出欧盟发展壮大的动态,以及对这一过程中涌现问题的思考。其中,《(欧洲)传播学研究中的欧洲与民族事物》一文“讨论既有的欧洲传播研究路径的一些主要缺漏和简单化问题”,文章作者认为既有的欧洲传播研究路径尤其存在如下问题:“倾向于首要地、并且常常单独从与民族事物的关系方面去思考欧洲一体化”。根据该文,对欧洲跨国传播进行“简单化叙事”的知识根源“还导致公共传播中对于多样化的、常常是相互竞争的当代欧洲一体化和跨国化形式的存在之忽视”(Miheli, Sabina et al., *European Journal of Communication*, 22(4): 443)。这些文字都折射出了文章作者对于社会传播及在传播研究中如何建构欧洲一体化问题的关注,而欧盟正是一体化的政治经济共同体。而“Television and the European Public Sphere”(《电视与欧洲

公共领域》)一文的创作则缘于如下背景:“欧盟希望欧洲公民进一步参与欧盟的政治进程并摆脱欧盟的‘民主赤字’(Democratic deficit)”,而“一个运转的公共领域被视为一种解决方法和工具,以产生可能激发更多参与的欧洲身份认同”。该文探讨“电视媒体可以并且已经为构建欧洲公共领域及这一公共领域的存在提供了何种助力”。该文认为,随着时间的流逝,欧盟的发展将会给欧洲人的身份认同增添一层“欧洲的”层面。而对于这一点,自20世纪50年代早期以来电视帮助建构的那种日常文化社区在很大程度上功不可没(Gripsrud, Jostein, 2007: 479)。欧盟及其所倡导的欧洲一体化进程的发展这一社会现实同这一研究的关联,由此不难见到一瞥。剩下的“Journalists as Commentators on European Politics: Educators, Partisans or Ideologues?”(《新闻工作者作为关于欧洲政治的评论者:教育者、党派分子/热情的支持者抑或是思想的倡导者?》)一文,是这一刊物中唯一一篇标题、关键词和摘要中均没有出现“欧盟”或“欧洲一体化”字样的论文,但正文的开头就谈到了欧盟:“当2005年法国和荷兰全民公决反对欧盟试图推出一部欧盟宪法时^①,欧盟不经意间把关于其声称的‘民主赤字’的争辩推到了公众注意的最前沿”。在整篇文章中,“欧盟”、“欧洲一体化”、“欧洲整合”等词频频出现,作者聚焦于全国性的报刊媒体,将之视为“政治传播过程欧洲一体化的场域”(Statham, Paul, 2007: 461)。2007年正值欧盟这一重要的政治经济共同体诞生50周年之际^②,其在推进区域一体化过程中的经历和进展自然而然成为欧洲乃至世界媒体报道的热点和社会议论的热点。笔者2012年6月下旬在LexisNexis数据库中搜索英国《泰晤士报》2007年刊载的有关“欧盟”的文章,获2340项搜索结果;在这一范畴内用“趋势和事件”+“公共政策”、“欧洲的制度机构”或“欧洲一体化”来进一步限定搜索内容,获221项搜索结果。可见其在媒体议程中的显著度。在欧洲,以社会传播现象为研究对象的传播学研究突出重视与之相关的传媒与欧洲公共领域论题,可谓顺理成章。

就欧洲的思想文化传统因素与“传媒与欧洲公共领域”这一研究主题在欧洲传播学领域的凸显之间的关联来说,市民社会/公民社会(civil society)、公共领域(public sphere)在西方社会同属西方现代民主思潮中根深蒂固且源远流长的核心概念。有学者指出,市民社会/公民社会是“西方近现代史上的核心概念之一”(Calhoun, Craig, “Public Society and the Public Sphere”, in *Public Culture*, 1993 (5): 267)。而公共领域的概念同市民社会/公民社会的观念不论从学理源头还是概念所指的社会现象角度来说,都是密切相关的。在最杰出的公共领域理论家哈贝马斯笔下,现代意义上公共领域的出现,与近现代欧洲市民社会/公民社会的出现可谓形影相伴。西方学术界一般认为,现代意义上的市民社会/公民社会概念的源头,可以追溯到17世纪后期兴起的西方自由主义民主思潮,追溯到西方启蒙思想家的自然权利说/天赋人权说、社会契约论思想、分权思想等。哲学、社会学思想大家洛克、孟德斯鸠等人的有关思想,常常被认为孕育了市民社会/公民社会理论的基本点。西方早期启蒙思想家、英国学者洛克(John Locke)在其论著、尤其是《政府论》(*Two Treatises of Government*, 1690)中所阐述的“主权在民”观点,其对人类社会自然状态的阐述,其关于人的自然权利的观点、保护自由、生命、财产权利的观点,以及社会契约论思想,被认为蕴含了关于社会和国家之间区分的观念。正是这种区分,为市民社会/公民社会概念的形成提供了重要的维度。法国著名启蒙思想家孟德斯鸠(Charles Louis de Secondat, Baron de Montesquieu)以其“三权分立”学说而闻名于世。其经典之作《论法的精神》(*De l'esprit des lois*, *The Spirit of the Laws*)阐述的分权思想、权力相互制衡思想、法治思想,以及强调国家和公民权利间平衡的思想,也被看作市民社会概念和理论的重要学理来源。19世纪法国著名政治思想家托克维尔

^① 指《欧盟宪法条约》。

^② 欧盟前身欧洲共同体(European Community)的诞生以《罗马条约》于1957年3月25日的签订为标志,签订国当时有法国、联邦德国、意大利、荷兰、比利时和卢森堡6国。2007年3月25日是《罗马条约》签订50周年,被视为欧盟50周年诞辰。

(Alexis de Tocqueville)继承了上述启蒙思想家的分权、法治、公民权利、自由等思想,在《论美国民主》(*De la démocratie en Amérique*, 1835; *Democracy in America*, 1840)等著述中,进一步论述了推崇地方自治和司法独立的分权思想和权力制约思想,高度重视“条件平等”,重视公民权利、公民个人自由,强调推进公民积极参与共同体自由实践、促进“共同体/结社精神”的“共同体自由”,关注“人对于交往结社的本能同其他因素一起生产出的”一种独特的自由精神,并洞察到社会政治体制迈向“较为平等的安排”的变动之必然性(J. Maletz, Donald. *The Spirit of Tocqueville's Democracies*. *Polity*, 30 (3): 513-530)。有学者认为,托克维尔的政治思想,宣扬了“兴旺的市民社会/公民社会是民主的基石”(Encarnación, Omar G., 2000: 9)的思想。这些学者对理性、公民精神的崇尚,也被视为蕴含了公共领域概念和理论的学理基础。

黑格尔和马克思对于市民社会更有明确的阐述。黑格尔明确提出了市民社会和政治国家分离的思想。马克思运用唯物史观阐述市民社会,指出:“在过去一切历史阶段上受生产力制约同时又制约生产力的交往形式,就是市民社会。”(《马克思恩格斯选集》第1卷,87~88页)。

当代哲学社会思想家哈贝马斯系统地阐述了作为“话语空间”、作为人们公开进行自由而理性地探讨其共同关注问题和共同利益场域的公共领域理论。作为高度关注自由、民主、平等的激进民主思潮的代表人物之一,哈贝马斯把公共领域中人们对于公共事务的理性而自由的探讨,看成实现协商式民主的重要途径。

上述著名思想家关于市民社会、公共领域的理论阐述,对欧洲现代社会的政治思想,对其追求民主、自由、公民权利的社会理论和实践产生了极为深远的影响,由此形成了以此为渊源的市民社会和公共领域在欧洲学界和社会上倍受重视的文化传统。而20世纪80~90年代以来欧洲政局的重大变化——1989年的东欧剧变、1991年的苏联解体等,作为现实政治中的重大变迁,又不可避免地引发了学界对政治体制安排等问题的讨论和争辩,从而把市民社会/公民社会、公共领域等与民主紧密相连又同媒体场域的话语空间中的传播活动紧密相连的论题,再度推到了学术研究的前沿。

文本梳理还发现,最近五年《欧洲传播学季刊》上以传媒与欧洲公共领域为主题的文章,在研究路径上切入的思路有:女性主义的视角、互联网研究(如基于互联网的公共领域研究)、公民运动等。这些研究路径的使用,折射出女性主义在欧洲逐渐发展,以及从公民运动同传媒的关联角度探讨传媒与公共领域的思路在一定程度上的流行。

本文第一部分的研究主题梳理中凸显的占文章总数的比例最高的议题类别,是媒介内容研究。如前所述,聚焦于此类主题的研究文章,其研究路径主要有:话语分析,文本分析,叙事学、框架建构分析、历时性比较分析和横向比较分析,以及宽广的社会学研究视角。上一部分中我们曾举出两例——透过内容分析权力同传媒专业主义价值观关系的文章,和从动力因素与结构角度研究夸大其辞的传媒炒作——来佐证社会学研究视角的使用。再譬如,该刊2009年第二期刊载的《研究体裁的话语分析路径: Mobi 新闻》(*A Discursive Approach to Genre: Mobi News*)^①,对Mobi新闻这一新闻体裁进行了融话语分析、社会分析与文本分析为一体的研究,提出了如下论点:“体裁是话语范畴,它们的流动超越传媒文本的疆界,在产业、受众和社会实践场域运作。”(Erjavec, Karmen & Kovačič, Melita Poler, 2009: 147)。又如,该刊2009年第四期上的《“新鲜出笼给你和奥巴马”: 社交媒体如何描述你的生活》(*Freshly Generated for you and Barack Obama: How Social Media Represent Yourself*)一文,着重探讨社交媒体如何帮助人们精心制作关于人们生活的叙事(Rettberg, Jill Walker, 2009, 451)。

^① 据该文介绍, Mobi news 在该文中指依赖移动电话摄像头的一种新闻体裁,在斯洛维尼亚和巴尔干传媒中颇为流行。

我们认为，在展开传媒内容研究中对这些研究路径的使用，尤其是话语分析、文本分析、叙事学等人文社会研究思路的应用，也同欧洲学界的文化传统不无关联。众所周知，西欧国家文化悠久，哲学和社会理论历史悠久，最早诞生于美国的传播学在欧洲的发展过程中，学者纷纷选择从宽广的哲社研究视野研究媒介文化现象，从而形成了传播学研究和文化研究、社会研究融为一体的传统，以及人文研究路径自有其地位的传统。法兰克福学派和伯明翰学派对大众文化的研究及其成果，对媒介批判理论贡献卓著，是欧洲传播学研究史上的重要组成部分。伯明翰大学当代文化研究中心，也曾被视为文化研究的重镇（尽管时过境迁，伯明翰大学当代文化研究中心本身已不复存在，但文化研究在该校的社会学系中依然占有自身地位）。而对欧洲传播学研究影响最为深远的欧洲理论家，可以说大都为哲学和社会理论研究领域的大家，其提出的与传媒相关的社会理论，如法国哲学家福柯（Michel Foucault）深入考察权力同话语关系的知识考古学理论，法国哲学家、社会理论家鲍德里亚（Jean Baudrillard）将哲学、社会学和文化学结合起来的消费社会理论，当代德国哲学社会理论家哈贝马斯（Jürgen Habermas）突出交往理性、公众谈话、公众商议在民主政治中重要性的交往行为理论和协商式民主（deliberative democracy），或者说话语式民主（discursive democracy）理论，西方马克思主义者、英国伯明翰学派的理论家威廉斯（Raymond Williams）的文化社会学理论等等，均显示出宽广的社会研究视野和人文思辨传统，极其重视话语和权力的关系、话语和民主的关系、媒介承载的大众文化同社会历史进程的关系等。在这样的学术研究文化传统语境下展开的欧洲传媒内容研究，采用了形形色色的人文社科研究路径来研究媒介承载的文化内容，显然顺理成章。

在上述重视话语、媒介同社会政治、文化等关系的研究传统下，传媒与社会各方的关系成为占《欧洲传播学季刊》最近五年文章总数比例较大的研究类别，也很自然。

三、讨论与结语

旨在阐明知识/思想与宽广的社会之间关系的知识社会学告诉我们，社会存在，尤其是社会和经济阶层及利益，是构成知识/思想及其内容的各个方面的决定因素（Eisensdadt, S. N., 1987: 77）。知识社会学的一位早期学者舍勒（Max Scheler）认为，财富、权力和种族等社会存在中的“现实因素”之群集，决定在任何特定的时间会出现什么样的知识/思想（Quoted in Eisensdadt, S. N., 1987: 78）。我们认为，以社会学的视野来透视，社会存在中复杂多样的因素，在决定社会思想的同时，也通过作用于人们的心理参照框架，进而决定人们对于思考议题的选择。透过《欧洲传播学季刊》最近五年的内容，我们可以看出：欧洲传播学界所关注的主要议题，包括“媒介内容研究分析”、“传媒与欧洲公共领域”、“传媒与社会各方的关系”、“受众媒介信息接收/消费研究”、“社会信任与传媒”、“传媒与政治竞选等运动”、“传媒政策”、“传媒产业”、“传媒功能与传媒社会影响”、“因特网——传统传媒——个人媒介关系研究”，等等，与世界传播学领域的研究议程套路有共通之处。但文本分析发现，在各种主题下文章的具体研究对象，各种主题受关注程度的比例，主要的研究路径等方面，显示出同欧洲社会环境因素相连的独特性。

纵观最近五年《欧洲传播学季刊》的内容，欧洲的传播研究在研究对象上凸显出了对本国和本地域研究的重视。如前所述，在《欧洲传播学季刊》五年的20期中，分别有1期“传媒与欧洲公共领域”专辑和1期“社会信任与传媒”专辑。此外，在该刊5年文章总数中占比例前三位的研究主题，分别是“媒介内容研究”、“传媒与欧洲公共领域”、“传媒与社会各方的关系”。值得倍加注意的是，“社会信任与传媒”专辑，直面的是欧洲不少国家出现的对于重要社会机构及对于传媒本身信任度下降的问题。而“传媒与欧洲公共领域”这一主题，不仅在占文章总数比例上位列第二，而且是一期专辑的主题。这一主题的倍加凸显，同欧盟

发展壮大的现实背景相关联。在欧盟一体化进程中,社会共识的重要性不言而喻,公共领域被视为产生社会共识的场域。欧洲传播学研究突出重视同欧盟一体化进程相关的传媒与欧洲公共领域的论题,折射出这种社会现实因素的影响。事实上,这一主题下的文章纷纷关注的,正是与欧盟发展相关的现实问题,如欧洲身份认同的建构问题,媒体对欧盟一体化问题叙事的简单化问题,等等。

此外,以社会学视角来审视,传媒与欧洲公共领域这一主题的倍加凸显,还同重视公民社会/市民社会以及公共领域的欧洲思想文化传统因素相关联。市民社会/公民社会、公共领域在西方社会同属西方现代民主思潮中根深蒂固且源远流长的核心概念。这两个核心概念的源头,可以追溯到启蒙思想家重视天赋人权、人民主权、自由和民主、法治、分权等对现代政治文明影响深远的理论。而20世纪80~90年代以来欧洲政局的重大变化——1989年的东欧剧变、1991年的苏联解体等,作为现实政治中的重大变迁,在引发学界对政治体制安排等问题讨论和争辩的同时,也重新把市民社会/公民社会、公共领域等与民主紧密相连,并把同媒体场域的话语空间中的传播活动紧密相连的论题,带到了学界的聚光灯之下。因此我们可以说,这一论题为欧洲传播学者提供了在新形势下与历史上产生的、欧洲文化宝库中的有关思想进行学术对话的论坛。

“媒介内容研究”与“传媒与社会各方的关系”之分列《传播学季刊》近5年文章总数所占比例第一位及第三位,以及该刊最近5年文章对女性主义视角、政治学视角、话语分析,文本分析,叙事学、框架建构分析、历时性比较分析、宽广的社会学研究视角等研究路径、思路的使用,也显示出欧洲的文化传统因素同欧洲传播学研究之间的勾连,具体表征为:融传播学研究和文化研究、社会研究为一体,文本、文化倍受重视,权力和传媒的关系、传媒作为话语活动的场域、传媒的话语活动与民主的关系、媒介承载的大众文化同社会历史进程的关系等,尤其能吸引学术注意力,人文研究路径和社会科学研究路径各领风骚。

20世纪90年代以来,本土化问题不时在中国传播研究中浮出水面。而究竟如何使中国的传播研究真正走上“健康的本土化道路”(刘海龙,2012:150页),还处于探索之中。笔者认为,欧洲传播研究所显示的深入研究本国、本地域问题的做法,以及学界在新形势下传承历史上产生的有关思想或者说进行学术对话的特点,可以为我们提供这方面的启示。

本文的研究,有两点缺陷:一是受制于时间不足和资料可得性方面的原因,笔者对《欧洲传播学季刊》最近五年内容的梳理,除了部分文章是全文阅读外,大部分都是阅读摘要,这影响到了分析的深度。二是在对文章主题进行归类时,由于匆促,未能在几人分头归类后比较、验证其有效性。期待今后在进一步研究中能够对上述缺陷有所弥补。

参考文献:

- Calhoun, Craig. (1993). "Public Society and the Public Sphere". *Public Culture*, 5: 267-276.
- Dijn, Annelien de. (2008). *French Political Thought from Montesquieu to Tocqueville*. New York: Cambridge University Press.
- Eisensdadt, S. N. (1987). *The Classical Sociology of Knowledge and Beyond*. *Menerva*, 25(1): 277-291.
- Ehrenberg, John. (1999). *Civil Society: The Critical History of an Idea*. New York: New York University Press.

European Journal of Communication, 2007(3)-2012(2).

Encarnación, Omar G. (2000). Tocqueville's Missionaries: Civil Society Advocacy and the Promotion of Democracy. *World Polity Journal*, 17(1): 9-18.

Erjavec, Karmen & Kovačič, Melita Pole. (2009). A Discursive Approach to Genre: Moby News. *European Journal of Communication (EJC)*, 24(2): 147-164.

Golding, Peter et al. (2007). Editorial (for EJC's special issue on Trust and the Media). *EJC*, 27(1): 3-6.

Gripsrud, Jostein. (2007). Journalists as Commentators on European Politics: Educators, Partisans or Ideologues?. *EJC*, 22(4):479-492.

Lauristin, Marju. (2007). The European Public Sphere and the Social Imaginary of the "New Europe". *EJC*, 22(4): 397.

Maletz, Donald J. (1998). The Spirit of Tocqueville's Democracies. *Polity*, 30 (3): 513-530.

Rettberg, Jill Walker. (2009). "Freshly Generated for you and Barack Obama": How Social Media Represent Yourself. *EJC*, 24(4): 451-466.

Shehata, Adam. (2010). Marking journalistic independence: Official dominance and the rule of product substitution in Swedish press coverage. *EJC*, 25(2): 123-137.

Statham, Paul. (2007). Journalists as Commentators on European Politics: Educators, Partisans or Ideologues?. *EJC*, 22(4): 461-477.

Wien, Charlotte et al. (2009). An Anatomy of Media Hypes: Developing a Model for the Dynamics and Structure of Intense Media Coverage of Single Issues. *EJC*, 24(2): 183-201.

[法]E. 迪尔凯姆：《社会学方法的准则》，狄玉明译，北京，商务印书馆，1995。

刘海龙：《传播研究本土化：问题、标准及行动路径》，载《新华文摘》，2012（1），146~150页。

欧洲传播思想

新受众研究及受众理论的多维空间

New Audience Research and Multi-dimensions of Audience Theory

何威^① 曹书乐^②

中文摘要：本文以传播理论史视角，回溯了从霍尔到莫利的研究及随后的“新受众研究”的萌芽、民族志方法在相应研究中的引入、“新受众研究”概念的提出和特点，并分析了这种传播研究潮流与此前文化研究激进传统的关系。进而，在回顾欧美学界对受众研究的理论分类后，作者提出以多种问题为维度建构的虚拟空间来定位各种受众研究，从而避免简单线性的进步主义观点。

关键词：受众研究，新受众研究，文化研究，理论史

Abstract: This paper is a retrospective study of the audience research in Europe. It reviewed the researches from Hall to Morley, hence the emergence of New Audience Research, and the introduction of ethnography into this field thereafter. After analyzing the concept and characteristics of New Audience Research, the paper discussed its relation with the previous radical tradition of cultural studies. The paper then reviewed the different categories of audience researches provided by the western academics, and proposed that various audience researches should be positioned in the multi-dimensional spaces to avoid the simple lineal progressivism point of view.

Key Words: New Audience Research, cultural studies, theoretical history

^① 何威：北京师范大学艺术与传媒学院数字媒体系讲师。

^② 曹书乐：清华大学新闻与传播学院讲师。

一、新受众研究之萌芽：从“编码/解码”到《举国上下》

在文化研究中，“结构主义”与“文化主义”两个方向的争论由来已久。结构主义的理论以及早期文学批评传统的滋养，一度使文化研究学者着力于各种媒介文本的分析和解读。而随着“文化主义”在这场学术方向之争中渐渐占据优势，许多学者包括莫利（Morley）、威利斯（Willis）、科恩（Cohen）、费斯克（Fiske）等都开始聚焦于受众和各种亚文化研究，探寻人们的文化活动实践如何抵制或顺从于主流文化和社会结构的影响。

这种从文本向受众的转型，说来仍与斯图尔特·霍尔（Stuart Hall）密切相关。他提出的有关“编码/解码”（encoding/decoding）的理论，提醒英国学界在关注媒体如何产生意义及影响时，不要仅仅停留于讯息如何被建构，也要关心观众态度与观众选择。

霍尔1973年撰写的《编码/解码》一文曾产生世界性影响，既是他的代表作，也是文化研究中心（CCCS）的主要学术贡献之一。这篇文章最初刊载于该中心的油印论文集，后经修改而节选发表于开放大学（Open University）的教材《文化、媒体、语言》，从此不断得到援引和转载。霍尔所说的“媒体话语的意义生产”、“编码和解码”，都是针对当时最重要、最普遍的大众媒体——电视提出的。

编码/解码理论的提出，对当时在欧美学界占主导地位的美国传播观发出了明确的质疑信号。从一开始，英国学人就对美国传播学的传递观持有异议：他们不认为传播过程是一个媒体将信息和意义传递给大众的过程，也不为“传递者—信息—接收者”这种简单的传播模式所信服。霍尔指出，信息被发送出来并不意味着信息就会被接收或者被理解，从信息的制造（编码）到信息的接收和理解（解码）之间存在着各类影响因素。另外，信息本身是被建构出来的，是一个积极的、阐释性的社会事件，而信息的接收行为也同样如此。由于社会的复杂性，受众分属不同的社会群体，对信息的接收和理解也各不相同。因此，霍尔给出另一种信息传递的模式：第一阶段，知识框架、生产关系和技术基础设施影响“编码”，亦即第一次意义的建构；第二阶段，“编码”通过有意义的话语形态——节目的方式进入到“解码”；第三阶段，观众对信息进行“解码”，这是第二次意义的建构，同样受到特定的知识框架、生产关系和技术基础设施的影响。当然，第一次意义的建构和第二次意义的建构不尽相同，这种不一致正是信息发送者和接收者之间结构性差异的写照。^①

在此基础上，霍尔根据社会学家弗兰克·帕金（Frank Parkin）的理论提出了三种对电视讯息进行解码的类型，这也是对后来研究影响深远的一种假说。第一种是主导—霸权式解读，也称偏向性解读，即观众的解码和电视节目制作者的意图相吻合；第二种是协商性解读，即观众虽然赞同媒体对于事件的定义和判断，但也根据自己的具体情况在小的方面提出异议，有所保留；第三种是对抗性解读，即观众对于电视节目的说法完全不赞同，特别是在特定内容不符合其阶级/党派利益之际。在现实生活中，第二种解读即协商性解读更为常见。霍尔认为，本该被协商性解读的事件开始被对抗性解读时，重要的政治时刻便到来了。^②他从意识形态和政治的角度出发分析编码和解码，将其作为探究文化和社会的一种途径，通过对电视内容进行文本分析而发掘社会政治结构的特点。

霍尔这篇不过数页的短文，对文化研究与传播研究造成了巨大影响，在传播思想的历史回音壁上留下了余音袅袅、不绝如缕的反响。仔细阅读此文，可以发现如下特点：一，强烈反对美国传播学的线性传递模式，重构了新的传播模式；二，强调讯息本身的多义性（polysemic）；三，重新认识观众的解读行为。国内有关著述通常将霍尔这篇文章的意义落

^① Hall, S. (1980). 'Encoding/decoding', in S Hall, D Hobson, A Lowe and P Willis, *Culture, Media, Language*. Unwin Hyman Ltd. 128-138.

^② 同上。

在对受众主观能动性的发现上，并顺理成章地认为它激发了之后强调受众解读能力的受众研究，认为大卫·莫利的研究与之一脉相承。事实上，通过对英国传播思想史的考察可以发现，此文对1970年代研究的最大影响在于讯息的建构层面，当时的研究者们通过各种案例研究意识形态力量如何塑造电视讯息，电视节目如何抚平社会的冲突和差异并制造共识，从而减少对抗性解读。虽然霍尔认为有三种受众解读模式，但紧随其后的同时代的许多研究依然认为观众的主观能动性是较弱的。

1980年，大卫·莫利的研究《〈举国上下〉的受众：结构与解码》一书得以面世^①。在此书中，他对英国的电视新闻杂志节目《举国上下》(Nationwide)的分析成为英国受众研究的经典。

在霍尔的编码/解码模式的基础之上，莫利提出假说：阶级、年龄、性别、种族等社会人口学变量，会影响观众对电视节目的解读。为此，他选择了不同职业的观众，让他们观看《举国上下》节目，进而分析他们的解读行为。

按荷兰学者洪美恩(Ien Ang)的观点，莫利所采用的研究方法，为媒介研究领域带来了民族志方法论的流行。^②但值得注意的是，莫利仅在考察受众反应部分使用了深度访谈的方法，其余更多的是用内容分析方法剖析电视节目文本的内容。另外，他也采用了传统的人口统计学变量如教育、职业等对受众类型进行划分，这和民族志方法关注具体现象、强调特殊性等旨趣不尽一致。

在这项研究中，莫利发现有些观众组的解读无法用霍尔的模式加以解释，比如说银行经理组与工人阶级学徒组的解读立场都是支配性解读。因此，《举国上下》的研究也被视为“编码/解码模式开始消亡的转折点”。约翰·费斯克曾声称，莫利从自己的研究中认识到，霍尔过度强调阶级对形成不同解读的影响，而低估了受众解读的其他决定因素。特纳也提出，莫利试图发展霍尔的编码/解码理论，却发现个体受众对电视的解读过程远比霍尔模式更复杂。^③在很多学者的书写中，莫利研究意味着霍尔假说的破产。

对此，莫利本人却在1997年出版的《电视、观众和文化研究》中做出了不同的解释。一方面他为霍尔辩解，认为帕金机械地解释了意义系统和阶级立场之间的关系，而霍尔借用这个模式时却并未重复帕金的错误。另一方面，莫利承认是自己的研究将阶级因素放大，置于了其他社会范畴之上。同时，他也指出特纳的误读——特纳说莫利在研究中发现观众的社会地位和他们的解读并不相关，但莫利强调自己在分析中的原话是“并不直接相关”而非“并不相关”。莫利再次强调当年的研究结果显示，解码模式比单一阶级决定论复杂得多。^④从这一番解释和辩解中，我们或许可以更清楚地看到霍尔的编码/解码理论与莫利的受众研究之间存在的联系与继承关系。

有趣的是，莫利虽然最后一锤定音，指出观众的解码模式并非单一的阶级决定论，但数年后却有一位学者通过数量统计方法重新分析莫利当年获得的数据，得出了其他的结论。他指出，虽然莫利当年的研究方法饱受学界诟病，技巧上也确实存在局限性，但莫利的研究提供了大量实证证据，证明观众的社会地位决定了他们属于不同的解读群体；而该学者对数据的再分析依旧发现“阶级”十分重要。他提醒我们，在当下的研究中，不要过于强调受众是完全自治的或强调相对主义。^⑤

^① Morley, D. *The 'Nationwide' Audience: Structure and Decoding*. London: BFI. 1980.

^② Ang, I. (2001). 'On the Politics of Empirical Audience Research', in M. G. Durham, D. Kellner eds. *Media and Cultural Studies: Keywords*. Blackwell Publishing.

^③ Morley, D. (1997). *Television, Audiences and Cultural Studies*, Routledge. 10-12.

^④ 同上。

^⑤ Kim, S. (2004). 'Rereading David Morley's the 'Nationwide' Audience'. *Cultural Studies*, 18(1): 84-108.

二、民族志方法的引入

1980年代初,除了莫利的《举国上下》,还有一批颇具影响的受众研究成果发表,它们的共同特点之一,就是或多或少地采用了人类学民族志的方法。它们反对过分迷信人口统计和问卷调查方法,并揭示奠基于此的分类建构与多元现实间的鸿沟,支持关注日常生活和“深入的受众”(embedded audience),提倡“深描”(thick description)式的观察与阐释。

例如美国学者詹姆斯·劳尔(James Lull)发表于1980年的《电视的社会使用》(*The Social Use of Television*)研究,组织了一批研究人员,在三年内拜访了超过200个位于美国加州和威斯康辛州的普通家庭,并与这些家庭一起生活,一起收看电视。^①

曾是当代文化研究中心“女性研究小组”成员的英国学者多萝西·霍布森(Dorothy Hobson),在1980年发表了《家庭主妇与大众媒体》(*Housewives and the Mass Media*)。这项研究通过研究者与家庭主妇的大量对话,分析女性观众的日常生活及媒介消费行为。^②

莫利、劳尔和霍布森等研究,都被视为采纳民族志方法开展受众研究的先驱与典范,尽管他们当时并未宣称自己采用了这种方法。最早说明自己采用民族志方法来研究受众的,是霍布森发表于1982年的《十字路口:肥皂剧研究》(*Crossroad: The Drama of a Soap Opera*)。为了进行这项研究,霍布森走进普通英国家庭的客厅。主妇们边做家务,边看肥皂剧,一边接受访谈工作。在这种自然的日常生活情境中,霍布森归纳出女性观众对待肥皂剧的三种收视态度:一是与剧中人物相对立,甚至嘲讽他们以取乐;二是热情投身其中,与人物同悲同喜、感同身受;三是保持距离地观看,时常想到电视内容与现实生活的差异。^③

另一项有关的知名研究,是洪美恩对女性观众观看美国电视剧《豪门恩怨》的探讨。^④她在杂志上刊登广告,收集了42封女性观众来信,以此作为研究资料进行文本解读。虽然这项研究的方法有别于民族志,但由于洪美恩强调受众在大众文化意识形态下的不同反应(即“解码”),因而此研究也常被当作这一时期受众研究的代表,与上述几项研究相提并论。

到1986年出版《家庭电视》(*Family Television*)时,莫利终于全面采用了民族志方法,非结构式的访谈、整体式的观察、注重日常生活的情境而不仅仅是受众与节目信息的简单互动。^⑤莫利也由此明确了自己此后十余年间的研究风格与主题,即将受众与文化、科技及日常生活状态视为相互作用的要素予以共同探讨。

此外,派翠西·帕尔默(Patricia Palmer)1986年发表的《活跃的受众:电视机旁的儿童》(*The Lively Audience: A Studies of Children around the TV Set*),以综合三种方法开展三阶段研究而著称:与64名儿童的深度访谈、在23个家庭中的参与式观察、针对500名儿童的问卷调查,由此揭示了儿童如何积极主动地协调与电视的关系。^⑥

三、新受众研究“新”在何处

上述一系列研究的共同点可以概括如下:首先,都属于受众研究;其次,或多或少都采用了民族志方法;第三,理论视角与霍尔提出的“编码/解码”框架基本契合(不论有否直接引用霍尔的相关论著),也就是说他们都不认同媒介讯息的生产者可以直接决定受众如何

^① Lull, J. (1980). *The Social Uses of Television*. *Human Communication Research*, 6(3):197-209.

^② Hobson, D. (1980). 'Housewives and the Mass Media', in Stuart Hall, Dorothy Hobson, Andrew Lowe & Paul Willis (eds), *Culture, Media, Language: Working Papers in Cultural Studies 1972-79*. London: Hutchinson. 105-114.

^③ Hobson, D. (1982). *"Crossroads": The Drama of a Soap Opera*. London: Methuen.

^④ Ang, I. (1985). *Watching "Dallas": Soap Opera and the Melodramatic Imagination*. London: Methuen.

^⑤ Morley, D. (1986). *Family Television: Cultural Power and Momestic Leisure*. London: Comedia.

^⑥ Palmer, P. (1986). *The lively Audience: A Studies of Children around the TV Set*. Sydney: Allen & Unwin.

理解讯息，也不把研究重点放在剖析讯息如何修辞与构成，而是试图分析和阐释特定的受众如何接受某些类型或主题的媒介内容，这个过程又会受到哪些日常生活要素的影响。因此，这类研究也常被称为受众研究的“接受分析”（Reception Analysis）。

对这股1980年代开始在媒介与传播研究中兴盛的接受分析潮流，有学者将其概括为所谓“新受众研究”。^①又因从事这些研究的学者之中，许多人具有文化研究的知识背景，甚至同当代文化研究中心具有学缘关系，而且视角与霍尔的“编码/解码”颇多唱和，所以也有论者认为，接受分析是从文化研究的大潮中分出的一条受众研究支流。

应当说，从传播思想演变的历史视角来看，不论是否使用“新受众研究”这个名词，上述研究所代表的潮流是客观存在的。但它的“新”在哪里？

提出“新受众研究”概念的博伊德-巴雷特认为，正是莫利对《举国上下》的观众研究开启了新受众研究。因为不同受众对文本有不同的解读，不同解读来自不同的社会文化语境，所以它表现出“对不同的情境的更加敏感和不断精化”的特征。受众对文本的解读过程，受到多种复杂因素的影响，“使得无法从阶级、教育、职业等社会阶层的参数或性别、种族、年龄等非阶层参数中推断出解读”。因此，新受众研究可以视为对此前占据主流二十余年的“批判”观点展开的反拨——“西方马克思主义的文化领导权观点认为媒介在强化意识形态方面有非常巨大的力量”，而新受众研究力图证明这种力量非常有限。^②

这种反拨使批判学者深感忧虑。詹姆斯·卡伦（James Curran）将这种潮流称为大众传播研究的“新修正主义”（the new revisionism）。他认为，受众研究的一些新近成果，可以看成是对从前问题和研究模式的修正主义式（这里主要指对大众传播研究激进传统的“修正”）的回归，“革新”往往是“重新发现”的过程。事实上，1940年代以来，效果研究的主要突破就在于捍卫受众的自主性，也揭示了文本产生的多重意义与不同社会地位导致不同解读的方式，这些都不属于接受分析的新发现。例如，洪美恩对《豪门恩怨》的接受研究，就同四十多年前赫佐格（Herzog）的广播剧使用与满足研究颇为相似。而修正主义者在看似创新之际，也表现出某些不足甚至是退步，例如拒绝定量化，过分依赖焦点小组而忽视小组内部的个人差异，“解码”概念过于笼统宽泛，远不如此前的效果研究所分解的注意、理解、认同、记忆等不同环节之精细等等。^③另外，卡伦也担心多样性解读的学术倾向会导致某些负面的政治后果：如果节目真的无法决定受众的解读，那么制作者就无需为它们负什么责任；如果媒介没有多大力量影响受众，那为什么要关注它呢？传播研究的激进传统一直致力于批评大众传播服务于掌权者的利益并加深社会不平等，而修正主义则削弱了这种批评的力量。

所以，如果说新受众研究有什么“新”，那么主要是相对于此前二十来年在英国及欧洲影响广泛的文化研究中的激进传统。一般而言，新受众研究在着眼点上更关注受众及讯息接受过程，而不是内容生产者、文本、文本产制过程；方法上更依赖民族志、访谈等质化研究方法，而不是量化统计、内容分析或文学批评；立场上更倾向于将人口统计学变量所代表的社会结构因素、大众文化意识形态、文化领导权问题以及媒体力量的影响等看成是有限而模糊的，专注于描述受众置身的日常生活及文化情境如何影响特殊个体的媒体讯息接受行为。

四、受众研究的类型

众所周知，多年以来美国学者积累了大量关于受众的研究实例，其中不乏美国大众传播学史上的里程碑。研究者们对电影（如佩恩基金研究电影对儿童的影响、霍夫兰的陆军士兵

^① 奥利弗·博伊德-巴雷特：《“新受众研究”之方法》，见奥利弗·博伊德-巴雷特、克里斯·纽博尔德编，汪凯、刘晓红译，《媒介研究的进路》，615-622页，北京，新华出版社，2004。

^② 同上，615-617页。

^③ Curran, J. (1990). The new revisionism in mass communication research: a reappraisal. *European Journal of Communication*, 1990, 5(2-3): 135-164.

劝服研究)、广播(坎特里尔的“火星人入侵地球”广播剧研究、赫佐格的广播连续剧听众研究、拉扎斯菲尔德的伊利郡调查)甚至是传单(里维尔项目)展开研究,着重考察了受众所受影响、主动性及传播中介因素,这些研究极大地影响了传播学的发展方向。随着电视成为占据主导地位的传播媒介,施拉姆等人的《儿童生活中的电视》关于电视影响北美儿童的效果研究、美国卫生局长就“电视与社会行为”的研究报告等,又成为著名的电视观众研究范例。^①

不过,不少欧洲研究者常会毫不犹豫地表达对美国传播研究的批判与反思,在欧洲的受众研究领域也是如此。如大卫·冈特利特(David Gauntlet)曾批评传播研究中“效果模式”的十大缺陷,认为“效果模式”可能在整体上存在错误。^②

诸如此类的批判和反思也是一种参照、一种对话。反过来,美国学者也会关注欧洲学界关于受众的各种研究路径及成果。于是,欧美之间在各种关于受众的研究上,存在着持续而不可忽视的互动。也有不少学者一直在努力整合各种理论资源,寻求更加丰富多元的研究路径。

詹森和罗森格伦曾将受众研究传统分为五类:效果研究(effects)、使用与满足研究(uses and gratifications)、文学批评(literary criticism)、文化研究(culture studies)和接受分析(reception analysis),并认为五种取向的受众研究分别承袭了人文学科和社会科学的遗产,难以完全统合;但在各种层面上开展综合研究也是可能的和必要的。他们认为,一个综合的受众研究框架至少需要三个要件:一种关于社会结构(媒介和受众位于其中)的理论;一种关于媒介话语的理论(解释媒介内容和形式的特质);一种关于社会文化和心理的理论(说明个体如何接近媒介并与之互动)。^③

丹尼斯·麦奎尔(Denis McQuail)将受众研究分为三大类,分别称之为“结构性”(structural)、“行为性”(behavioral)和“社会文化性”(sociocultural)的受众研究。它们或源于媒介产业的需要,或着重对媒介效果的考察,或关心流行文化及日常生活。^④

阿伯克隆比和朗豪斯特又提出一种受众研究分类:“行为范式”(Behavioural Paradigm, BP)、“收编/抗拒范式”(Incorporation/Resistance paradigm, IRP)、“观看/表演范式”(Spectacle/Performance Paradigm, SPP)。行为范式大致对应传统社会科学研究的诸多进路,收编/抗拒范式概括了霍尔的编码/解码模式所引出的接受分析传统,观看/表演范式则在媒介与日常生活难分彼此的情况下,强调受众的媒介主动使用行为。^⑤

上述对受众研究的归纳分析各有所长,有助于我们更全面地认识受众研究在跨地域、跨学科知识社区中的分布情况和相互关系。

五、受众理论的多维空间

最后,有必要按照时间线探究一下关于受众的思想史或理论史。在这类探讨中,应防止一种简单而线性的进步主义态度:例如,认为受众研究的历史是从“被动受众”(passive

^① 参见以下几本著作:

Lowery, S.A. & DeFleur, M.L. (1995). *Milestones in Mass Communication Research: Media Effects*, 3e, Longman Publishers.

Rogers, E. (1997). *History Of Communication Study*. Free Press.

Baran, S.J. & Davis, D.K. (2001). *Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future*. Wadsworth Publishing.

^② Gauntlet, D. (1998). “Ten things wrong with the ‘effects model’”, in Dickinson, Roger; Harindranath, Ramaswani, & Linne, Olga, eds, *Approaches to Audiences*, Arnold, London.

^③ Jensen, K.B. & Rosengren, K.E. (1990). Five Traditions in Search of the Audience. *European Journal of Communication*. 5: 207-238.

^④ McQuail, D. (2010). *Mc Quails's Mass Communication Theory* (sixth edition), London: Sage.

^⑤ Abercrombie, N. & Longhurst, B. (1998). *Audiences: A Sociological Theory of Performance and Imagination*. London: Sage.

audience)到“主动受众”(active audience)的观念进步史，或是从关注媒介对受众的效果到关注受众使用媒介以满足需求并建构认同的进步。这种解读方式容易掩盖真正的问题，也容易造成学术视野的偏差。

笔者认为，历史地看，受众研究史可被解读为在多个维度构成的空间中所展开的轨迹，其中每个维度都描述了受众研究所关心的某个核心问题。至于具体的受众理论，往往可能位于两种极端观点之间的某个位置。具体说来，这些维度大约包括以下六种：

1. 受众的被动——主动。富于代表性的两极，一是法兰克福学派如阿多诺等人对“文化工业”的尖锐批判、对全无反抗之力的大众受众的想象，而另一端则是费斯克所强调的受众个人之反抗、逃避、意义生产和“符号游击战”的全面乐观态度。实际上，这两种观点都遭受了广泛批评，如今学者大都兼顾受众在结构、体制、权力关系中的位置和受众的主观能动性，根据研究目的而在两极之间选取定位。例如“使用与满足”理论、斯麦兹的“受众商品论”、莫利的《举国上下》研究，研究者关注焦点的不同使其处于这个维度的不同位置。拜欧卡对受众主动性(audience activity)概念的五种表述，也说明了学界对此问题看法相当多元。^①

2. 媒介的强效——弱效。“魔力子弹”或“皮下注射”的比喻，属于刚刚步入大众社会时期对个人无法抗拒媒介强力效果的想象。其后，社会科学研究方法被引入美国传播学界，带来“有限效果”的主导范式。此后，直到李普曼“身外世界和脑海图景”的隐喻再现于其他传播学者观点中，涵化(cultivation)、议程设置(agenda-setting)、框架(framing)、知沟(knowledge gap)等一系列关注认知而非行为、关注长期效果而非短期效果的理论，重塑了关于受众效果的流行看法。批判学者对媒介合理化现实、巩固霸权的效果念念不忘，而费斯克等学者的观点中媒介对受众似乎全无效果。这一维度和上一维度重合吗？被动受众必然导致媒介强效吗？主动受众就等于媒介效果极为有限吗？事实看来并不尽然。仅举一例：在众多电视选秀节目的受众中间，究竟是始终带有怀疑批判态度的受众更加主动，还是全身心投入“迷”(fandom)中、为偶像拉票投票呐喊流泪、跨媒介寻求文本并积极创造新的媒介文本的受众更加主动？媒介对主动的受众所产生的效果是否更强有力？——显然，对于受众主动性的多元解释，使我们有必要将媒介效果强弱与之区别开来进行分析。

3. 效果的定义方式。这一维度与上一维度相关：媒介效果究竟该从行为上还是从认知上考量，短期还是长期，发生在个人还是群体抑或更大的范围内？对此，不同理论显然有不同的选择，并导致其方法和结论的差异。前述冈特利特对媒介效果研究的整体质疑，就与如何定义效果密切相关。

4. 媒介受众关系之影响——使用。两种极端之一是将这种关系视作媒介对受众态度和行为的影响，而不论这种影响多么间接或微弱；另一端则将这种关系视作受众对媒介的使用和解读，而不顾需求如何形成，认知如何建构。巴兰和戴维斯(Baran & Davis)即以此两种倾向的强弱，将受众理论分为“信源主宰”(source-dominated)和“受众中心”(audience-centered)两类。^②如前所述，“进步主义”观点可能将受众理论史看作由“只重视媒介”到“人的再发现”的进步。但事实却可能是，部分文化研究者渐失批判锋芒，忘却意识形态霸权之存在，将社会不平等简单等同于“多元”，或在无限细分、“深描”个人的民族志方法中丢失整体性的关注。在这一维度上我们应当抛弃单向度的“决定论”。

5. 受众的同质——个性。“大众受众”观念强调无数面目模糊、动机不明、态度暧昧的个体接受同一媒介渠道同质化信息之过程，因而受众的同质性(严格说是“不具备特质”)亦昭然若揭。其后随着研究的步步深入，个人性格、心理、知识、地位等诸多因素将影响其

^① Biocca, F. A. (1988). *The breakdown of the canonical audience*. Anderson, J. (ed.) *Communication yearbook II*. Newbury Park, CA: Sage.

^② Baran, S.J. & Davis, D.K. (2011). *Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future*. Wadsworth Publishing.

媒介使用和效果的观念也逐步被认可。20世纪末大众媒介飞速发展，全方位占据社会生活角落时，多渠道、多选择带来的受众分化（fragmentation）已成为研究者的共识。而最近20年来，信息与传播技术（ICT）日新月异，更令个性化定制、一对一传播成为常态，受众的个性化选择更成为学界的共识。然而，完全拒绝普遍化、类型化、概念化及统计方法的受众研究显然也是行不通的。不论用激进传统的性别、阶级、种族或者文化研究中其他认同来归纳和组织对某一类受众的看法，都有实际的重要意义。以人口统计数据、特定媒介渠道或内容为分类的同质化受众，仍将因政治或商业的诉求而长期存在。

6. 受众的个人性——群体性。这一维度与上一维度不尽相同。“大众受众”的观念名义上为“众”，实际并不考虑人际联系和团体归属对媒介与个人关系的影响，只强调受众的个人性即所谓“原子化”。库利（Colley）提出的“首属群体”（primary group）、勒温（Lewin）提出的“群体动力学”、鲍尔（Bauer）的“顽固的受众”（obstinate audience）、拉扎斯菲尔德的“二级流动”和“舆论领袖”、由文学批评领域进入接受分析中的“诠释社群”（interpretive community）……越来越多的理论都将受众看作群体中的一员，受众的群体性渐成共识。当下的问题是：新的信息与传播技术或许正在消解传统社群的力量，同时又让无数人通过积极的媒体使用行为与他人真实互动，形成重叠多变的新型社会网络，这样的“群体性”又应如何认识与描述？

在传播学界，从“大众”到“受众”再到“用户”的概念变迁已经发生。利文斯通（Livingstone）曾言道：在新媒介环境中，受众变得更主动，更富选择性、个人化、自主和多元，兼为媒介内容生产者和消费者，因此也使传统受众理论面临挑战。研究者的关注重点有必要由“受众”向“用户”转变。^①而为了更好地探究当今受众的“个人性”与“群体性”之间、“主体性”与“主体间性”之间的复杂精妙关系，笔者也提出过“网众”的概念^②，或可供学界同仁参考批评。

上述六大维度或许不能涵盖全部问题，但也可以勾勒受众研究理论的多维空间。以此为框架考察不同时期、不同地域的受众研究及其不同理论，审视它们的位置和相互关系，将有助于避免过度简单和线性的进步主义态度。

参考文献：

- Abercrombie, N. & Longhurst, B. (1998). *Audiences: A Sociological Theory of Performance and Imagination*. London: Sage.
- Ang, I. (1985). *Watching "Dallas": Soap Opera and the Melodramatic Imagination*. London: Methuen.
- Ang, I. (2001). "On the Politics of Empirical Audience Research", in M. G. Durham, D. Kellner eds. *Media and Cultural Studies: Keywords*. Blackwell Publishing.
- Baran, S.J. & Davis, D.K. (2011). *Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future*. Wadsworth Publishing.

^① Livingstone, S. (2004). "The Challenge of Changing Audiences, or, What is the Audience Researcher to do in the Age of the Internet?". *European Journal of Communication*, 19(1): 75-86.

^② 参见何威：《网众与网众传播——关于一种传播理论新视角的探讨》，载《新闻与传播研究》，2010（5）；何威：《网众传播：一种关于数字媒体、网络化用户和中国社会的新范式》，北京：清华大学出版社，2011。

- Biocca, F. A. (1988). "The breakdown of the canonical audience". Anderson, J. (ed.) *Communication yearbook II*. Newbury Park, CA: Sage.
- Gauntlet, D. (1998). *Ten things wrong with the "effects model"*, in Dickinson, Roger; Harindranath, Ramaswani, & Linne, Olga, eds, *Approaches to Audiences*, Arnold, London.
- Hall, S. (1980). "Encoding/decoding", in S Hall, D Hobson, A Lowe and P Willis, *Culture, Media, Language*. Unwin Hyman Ltd. 128-138.
- Hobson, D. (1980). "Housewives and the Mass Media". in Stuart Hall, Dorothy Hobson, Andrew Lowe & Paul Willis (eds). *Culture, Media, Language: Working Papers in Cultural Studies 1972-79*. London: Hutchinson. 105-114.
- Hobson, D. (1982). *"Crossroads": The Drama of a Soap Opera*. London: Methuen.
- James Curran. (1990). *The new revisionism in mass communication research: a reappraisal*. *European Journal of Communication*, 5(2-3): 135-164.
- Jensen, K.B. & Rosengren, K.E. (1990). "Five Traditions in Search of the Audience". *European Journal of Communication*. 5: 207-238.
- Kim, S. (2004). "Rereading David Morley's the 'Nationwide' Audience". *Cultural Studies*, 18(1): 84-108.
- Livingstone, S. (2004). "The Challenge of Changing Audiences, or, What is the Audience Researcher to do in the Age of the Internet?". *European Journal of Communication*, 19(1): 75-86.
- Lowery, S.A. & DeFleur, M.L. (1995). *Milestones in Mass Communication Research: Media Effects*, 3e, Longman Publishers.
- Lull, J. (1980). "The Social Uses of Television". *Human Communication Research*, 6(3):197-209.
- Mc Quail, D. (2010). *Mc Quail's Mass Communication Theory* (sixth edition), London: Sage.
- Morley, D. (1980). *The "Nationwide" Audience: Structure and Decoding*. London: BFI.
- Morley, D. (1986). *Family Television: Cultural Power and Momestic Leisure*. London: Comedia.
- Morley, D. *Television, Audiences and Cultural Studies*, Routledge, 1997.
- Palmer, P. (1986). *The lively Audience: A Studies of Children around the TV Set*. Sydney: Allen & Unwin.

Rogers, E. (1997). *History of Communication Study*. Free Press.

奥利弗·博伊德-巴雷特：《“新受众研究”之方法》，见奥利弗·博伊德-巴雷特、克里斯·纽博尔德编，汪凯、刘晓红译，《媒介研究的进路》，615~622页，北京，新华出版社，2004。

何威：《网众与网众传播——关于一种传播理论新视角的探讨》，载《新闻与传播研究》，2010（5）。

何威：《网众传播：一种关于数字媒体、网络化用户和中国社会的新范式》，北京：清华大学出版社，2011。

欧洲传播思想

从“文化帝国主义”到批判的跨文化主义： 文化权力再发现

From Cultural Imperialism to Critical Transculturalism: Rediscovery of Cultural Power

赵菁^①

中文摘要：本文回顾了上世纪六七十年代以来的文化全球化理论，分别总结了从“文化帝国主义”命题到“全球-本土”辩证连结，再到批判的跨文化主义理论模型中，对于文化权力的认识。本文认为，文化帝国主义的命题强调的是全球政治、经济结构对文化权力的决定性作用，“全球-本土”辩证连结视角则强调对本土主体能动性的关注，通过对文化汇流与混杂现象的研究，提出文化权力的去中心化过程。而克雷迪的“批判的跨文化主义”模型进一步通过对文化混杂现象进行关系性的考察，将结构性因素与本土文化主体能动性相结合，从而重塑了文化帝国主义命题中对于西方主导文化权力的强调。

关键词：文化帝国主义；“全球-本土”辩证连结，批判的跨文化主义，文化权力

Abstract: By reviewing cultural globalization theories, this article summarizes the process of rediscovering of cultural power during the theoretical paradigm shifts. It argues that the proposition of “cultural imperialism” highlights the decisive role of global political and economical power to the cultural power, while the “global-local dialectic” stresses the local actors’ role in resisting the global cultural unity. By analyzing transculturation and hybridization, this theoretical model makes a point that the cultural power has been decentralized. Nevertheless, Kraidy’s “critical transculturalism” model rediscovers the unequal cultural power in the translocal process by combining the structural factors with the actors’ active role.

^① 赵菁：中国艺术研究院文化政策研究中心博士后，香港中文大学新闻与传播学院博士，研究方向为文化研究、文化政策。

Key Words: cultural imperialism, global-local dialectic, critical transculturalism, cultural power

一、“文化帝国主义”的提出与批判

“文化帝国主义”这一命题在上世纪六十、七十年代得到世界范围的流行与认同。位于第三世界的“边陲”国家普遍认为全球化进程的文化面向是由欧美以及日本所构成的核心国家的文化向边陲国家扩散,其本质是文化从西方国家到第三世界国家的单向流动(one-way flow)。这一观点也得到了当时大量的国际传播研究证明。政治经济学者赫伯特·希勒(Herbert Schiller)等人将这一现象概括为“文化帝国主义”(cultural imperialism)。^①1977年,联合国教科文组织对此问题展开激烈的辩论,最终形成的的马克不莱德报告(McBride)也认同了“文化帝国主义”的基本假设,强调各种文化的平等地位,以及文化作为一种公共资源、一种民族-国家文化的概念。

将文化全球化的进程概括进文化帝国主义论述中,汤林森总结了最重要的三个理由。^②其一,是西方文化商品的普遍存在。特别是在商业文化的全球化中,全球文化的同质性(cultural homogenization)相当明显与严重。只要看看全世界大同小异的机场,以及机场中遍布的世界级品牌,都可以清晰地看到这一点。其二,是西方帝国主义的长期历史以及长期以来西方主导的全球话语。文化批评家萨伊德(Edward W. Said)在《文化与帝国主义》(Culture and Imperialism)一书中,利用阅读文本的方式(即对位阅读)从主流文本中阅读出有关奴隶与殖民他者的片段,抨击了欧洲的霸权与帝国主义对第三世界经济和文化所造成的剥削。其三,是资本主义中心的文化影响。很多西方马克思主义学者看到,在全球化的进程中,全球所有的文化都被无情地卷进了单一的“资本主义文化”体系中。标准化的全球连锁商业文化对本土品牌发展的负面影响,好莱坞的垂直产业链及其强大的全球分销体系对本土电影工业的打击,以及世界银行提供发展贷款但同时对中国国家的发展模式有所要求等等,都是文化帝国主义的最好例证。

但是,尽管文化帝国主义这一命题在很长一段时间吸引了国际传播学者的关注,其模糊的定义、宏观概括性的批判,视欧美为世界单一权力中心与主轴的看法,自上世纪90年代以来在越来越多的实证研究中遭到质疑,备受挑战。

对文化帝国主义首先的批评在于,其政治经济学路径对于不平等的社会结构的描述,并不能说明“文化”的概念。这种路径普遍将文化看作是与一个民族-国家紧密相连的有机的整体,过于强调了文化的整体性,假设了其单一起源,而忽视了文化的多样性及融合性。如拉美文化研究者甘力尼(Néstor Garcia Canclini)所言,若想厘清“文化”究竟为何,我们就应该用脚走路,而不是搭乘飞机抵达目的地,只将所有时间花在浏览免税商店内的世界名牌产品。^③就商业文化而言,其本质就是要缩小文化差异,这样才可以降低资本的流通成本。然而商业文化终归只是文化的一个面向,由此推出文化帝国主义的命题难免以偏概全。

其次,文化帝国主义命题的另一个基本错误在于将美国文化商品的单纯呈现等同于更深入层次的美国文化或意识形态效果的扩张,没有考虑受众与文化产品文本与内容的互动。这使得美国“文化支配”在很多时候就成为一个建构的想象,而不是真实反应了从属地区人们的真实经验。同时,它也暗含将受众看作缺乏反思、被动地吸收任何来自于西方的信息与意识形态的“文化傻子”。实际上,这种简单的视角已经被许多民族志研究所拒绝。詹姆士·瓦森在对麦当劳在东南亚扩张的研究中就发现,麦当劳对东南亚的消费者有诸多习惯的培养,但消费者并没有简单照搬全盘接受。例如,许多东亚消费者将当地麦当劳变成休闲中心及校

^① Schiller, H. (1971/1992). *Mass Communication and American Empire* (2d ed., updated). Boulder: Westview.

^② Tomlinson, J. (1997). "Cultural globalization and cultural imperialism", in Ali Mohammadi (ed.), *The International Communication and Globalization*. Sage Publications. 170-90.

^③ 转引自汤林森(John Tomlinson):《文化与全球化的反思》,郑荣元、陈慧慈译,8页,台北,韦伯文化国际出版有限公司,2007。

外俱乐部。在这些情况中,“快速”的意义已被颠覆,它指的只是食物“递送”的快速,并非指“食用”也快速。当地经理人别无选择,只能接受这些消费趋势。^①

再次,该命题中另一个成问题的假设是美国电视几乎主导了全球市场,在各国,特别是第三世界国家不受挑战地受到热捧。但是,研究者在后来研究中逐渐发现,第一,就美国文化产品的全球流通而言,美国产品在世界范围内并非完全没有遇到竞争。比如,巴西的TV Globo和墨西哥的Televisa不只在本国的电视市场份额中逐渐替代美国进口产品占据主导地位,上世纪70年代以来,其节目更成功出口到其他拉美国家,甚至欧洲以及美国说西班牙语的国家与地区中。^②此外,50、60年代以来,从阿根廷、埃及、香港以及印度出口电影,音乐,电视剧的情况也越来越普遍。第二,在研究全球电视生产的类型(genre)与制式(format)的出口时,斯特劳巴哈发现虽然美国电视节目出口占据绝对主导地位,但是在各个国家在黄金时间播出的主要为本国生产的电视节目。引进美国节目是为了填充多余的电视剩余时间,特别是在频道爆炸的年代。^③对于受众在文化商品中积极地寻求文化接近(cultural proximity)这一点,很多研究也都有所确认。比如莫利和罗宾斯发现,如果国内电视不能制作出同样水准的娱乐节目,美国进口的节目会受到欢迎。但是,如果有可替代的国内生产的娱乐节目作为选择,受众就会转向本国生产的节目。^④这些研究足以说明美国文化产品的全球展现并不意味着其对本国、本土文化的真正威胁。

在对文化帝国主义的批判中也带来了新的全球化理论模型:越来越多的学者将全球化进程视为去中心化的“全球-本土”的辩证连结,并详尽分析发生在其中的文化混杂化(hybridization)现象。在这一过程中,东西方的文化权力也不再是主导与被主导、支配与被支配的关系了。

二、去中心化的“全球-本土”辩证连结

(一)“全球-本土”辩证连结

如果文化帝国主义命题及其“中心-边缘”模型描述的是全球化过程中文化和权力由西方国家向第三世界国家扩散的单一线性关系,那么新的全球化理论模型所强调的是全球化过程中外来文化影响与本土文化实践之间动态的互动过程。这一观点认为,全球化确实会运用到一系列同质化的手段,但是,文化全球化的结果并不意味着一体性(unity),即形成世界范围内的单一社会文化体。^⑤相反,在与西方主导的全球文化权力接触的过程中,非西方的文化反而展现了其自身的独特性。^⑥具体而言,人们日常生活的本土文化常常致力于巩固自身防线,拒绝被单一的国际商业文化所束缚,从而产生抗拒全球化的本土社会运动。因此,一旦外来文化被地方性的政治经济和文化经济所吸收,这也同时意味着外来文化的本土化。

^① 詹姆士·瓦森(James L. Watson):《跨国主义与本地化》,见《成功传奇:跨文化经营启示录》,詹姆士·瓦森著、萧凌一译,台北:经典传讯文化股份有限公司,2000。

^② Sinclair, J. (1992). "The decentering of cultural imperialism: Televisation and globalization in the Latin world". In E. Jacka (Ed.), *Continental Shift: Globalization and Culture*. Double Bay, Australia: Local Consumption. 89-116.

^③ Straubhaar, J. (2007). "TV Exporters: from American Empire to Cultural-Linguistic Markets", in Straubhaar, J., *World Television*. Thousand Oaks, CA: Sage. 167-194.

^④ Morley, D. & Robins, K. (1995). *Spaces of Identities: Global Media, Electronic Landscapes, and Cultural Boundaries*. London: Routledge.

^⑤ [英]汤林森:《文化与全球化的反思》,12页,郑荣元、陈慧慈译,台北,韦伯文化国际出版有限公司,2007。

^⑥ Hall, Stuart. (1995). "New Cultures for Old". In Massey, Doreen. & Jess, Pat. (ed.), *Places, Cultures, and Globalization*. Oxford: Oxford University Press. 175-214.

①由此,“全球-本土”的连结意味着全球与本土并不是相反的两极,它们互相渗透,互相倾轧,互相建构,形成辩证的全球本土化(glocalization)的关系。②

在这一方向上,阿帕杜莱将新的全球文化经济看作复杂、交叠又裂散的秩序。以人类学家之眼,他关注现代社会媒体和人群迁移同时移动的联合效应,认为移动的影像与去疆域化的观赏者相遇,二者一同造就了全球化的无规律性,形成了动态的、不可预见的关系。从这个脉络来看,全球化并非纯然解放性的,亦非全然规训的。它是一个争议的空间,个人和群体在其中都试图将全球化的力量连结进本土的现代性实践。因此,全球化并非一则文化同质化的故事,而是族群差异的全球扩散。他主张探索全球化中族群、媒体、科技、金融、意识形态这五大景观(scapes)的关联。而用“景观”一词,就是为了描述这些向度之间流动而不规律的状况,以及建构出来的多元世界。③

在具体的实证上,《媒介是美国》(*The Media Are American*, 1977)一书的作者滕斯托尔重新修订了看法,认为美国媒体在今天仍然有重大的影响,但已不再占据主导地位,但这并非由于节目质量的下滑,而是对美国电视节目本土化过程所致。④罗伯森的观察则来源于日本跨国公司的全球市场策略。上世纪九十年代索尼公司的全球地方化市场策略已经取代了其“全球标准化”(global standardization)策略。这种全球策略并不寻求强行输出标准化的产品或形象,相反,它会根据地方市场的需要量身定做文化产品。⑤时至今日,这已成为众多跨国公司寻求打入某一地方市场的流行策略。

(二)文化汇流与混杂化(transculturation and hybridization)

在“全球-本土”辩证连结范式的主导下,此时期全球化的研究相当看重第三世界国家在全球化过程中的经验,重点关注了处于全球化弱势位置的第三世界国家的本土文化实践如何对外来文化加以挪用(appropriation)并重新赋予意义,从而产生新的文化内容等问题。在这里,强调“挪用”而不是“模仿”,即是强调本土文化主体的创造性与能动性。比如,罗杰斯提出,单纯地接触来自于另一种文化的音乐或电影并不构成文化挪用。文化挪用,是指一种文化的符号、工艺品、类型、仪式或技术被另一种文化的成员主动利用,这种主动利用可能以多种方式或在多种情境下发生并造成多种结果。在分析了文化挪用的三种类型——文化交换(cultural exchange)、文化主导(cultural domination)、文化掠夺(cultural exploitation)后,他提出了文化挪用的第四种类型“文化汇流”(cultural transculturation)。⑥在文化汇流的过程中,文化形态跨越时间与空间,与其他文化形态与场景相遭遇,并互相影响,从而变化出或创造出新的文化形态,并使文化场景为之改变。⑦

“文化汇流”的概念首先质疑了前三种文化挪用的类型将“文化”看作是有固定疆界的、单一起源的、可相互区别的概念。实际上,在全球-本土双方动态的互动中,人们越发难以

① 廖炳惠:《关键词 200:文学与批评研究的通用辞汇编》,154页,台北:麦田出版,2006。

② Robertson, Roland. (1994). "Globalization or Glocalisation?". *Journal of International Communication*, 1(1): 3-6.

③ Appadurai, Arjun. (1990). "Disjuncture and Difference in the Global Cultural Economy". In Featherstone, Mike. (ed.) *Global Culture: Nationalism, Globalization and Modernity*. London: Sage. 295-310.

④ Tunstall, Jeremy. (1995). "Are the Media Still American?". *Media Studies Journal* (fall): 7-16.

⑤ Robertson, Roland. (1995). "Globalization: Time-Space and Homogeneity-Heterogeneity". In Featherstone, Mike. (eds.) *Global Modernities*. London: Sage. 25-44.

⑥ 罗杰斯认为,文化交换是指文化间的双向平等交换,但这只是一种现实中不存在的理想模式。文化主导和文化掠夺都强调了文化挪用发生的不对称性。前者是指在主导文化压迫附属文化的情境中,附属文化的成员对主导文化元素的各种挪用策略,如同化(assimilation)、整合(integration)、不妥协(intransigence)、表面模仿(mimicry),以及直接反抗(resistance)。而后者是指在不经过相互交换、认可,以及经济补偿的情况下,主导文化对附属文化元素进行的西方式挪用。其所关注的是附属文化在商品化过程中对自身整体性的保护与掌控。见:Rogers, R. A. (2006). "From Cultural Exchange to Transculturation: A Review and Reconceptualization of Cultural Appropriation". *Communication Theory*, 16: 474-503.

⑦ Lull, James. (1995). *Media, Communication, Culture: A Global Approach*. Cambridge: Polity Press. 242.

区分何为本地，何为外来。在本地“挪用”消费“外国”的文化产品过程中，很多时候即便美国文化也会被看作“我们的”。比如，詹姆士·瓦森看到，对日本或台湾年轻消费者而言，麦当劳已经成为“我们世界”的一部分，而不再代表美国生活方式。对他们来说，汉堡、薯条、可口可乐等食物不是外国的东西，它们根本就是“本地菜”。^①

在质疑文化的真实性与纯粹性后，这一概念提出真正值得关切的是引进本土后所造成的后果，即，文化产品的翻译、变异、改编、甚至创造性混杂（hybridity）。“混杂”本来是指不同“种”的植物与动物交配之后所产生的新品种。那么，在文化全球化以及后殖民的研究中，“混杂”意味着不但可以去除单一文化的想象和疆界，而且在交混杂糅的暧昧地带更能提供多元想象与抗拒的空间。^②在目前文化全球化的研究中，“混杂”已成为一个十分重要且使用频繁的概念。皮埃特斯将全球化定义为一种在混杂化进程中持续进行的“全球杂烩”（global mélange）生产，并认为混杂化视角有利于将人们的文化认识从领土/静态的模式（territorial/static mode）转向跨地方/流动的运动（translocal/fluid movement），从而意识到文化本质上是多种文化相互混杂的过程与结晶。^③对于今天世界大多数个体与文化而言，尽管具体文化产品的文化汇流与混杂程度不同，但它们已不是一个是否愿意的过程，而是一个不可避免的结果。

（三）文化权力的去中心化

就文化权力而言，“全球-本土”的辩证连结以及“文化汇流”与“混杂”的概念都强调了处于弱势地位的文化并不容易被主导文化所控制。首先，在这个复杂的去中心化的网络里，“本土化”的全球文化产品以及本土对全球文化产品的挪用，使得全球化过程呈现出一种“推拉对抗”（push and pull）趋势，文化在接触间产生吸收与去除，并将另一种文化加以转换，成为新的互动可能性。在这样的方式下，不同的文化可以交汇，产生冲突，你争我夺，这种全球与本土之间的张力使权力的分配关系变得不再稳定，形成一种支配与臣服之外，相当不一致或不均质的关系。^④其次，在文化汇流与文化混杂成为全球化“已然”的状况下，全球文化的空间存在于不同文化间而非一种文化内，“文化”作为相互关系网络在相互对话中存在，并在流动中赋予意义（meaning in motion）。^⑤当文化的真实性遭到质疑，文化权力也随之弥散在关系网络中。第三，全球化以复杂的方式连结了地方的命运，在不同的全球-本土连结中，传递了极为复杂和多样化的文化经验，这些全球化的文化经验并不相同，也不能普遍推广。对麦当劳在东亚五个城市发展的个案研究也指出，本土化过程并非是一个具有相同终点的平行线。^⑥

也就是说，全球化的过程并不是完全建立在经济与文化权力中心对全球施加霸权的过程，所以对于全球化过程中文化权力的研究也需要具体分析“全球-本土”辩证连结中的张力和关系网络。不过，这也并不能让我们简单回到多元文化权力的视角，也并不意味着全球文化权力的平等。那些在过去曾占据主导/中心地位的西方国家依然以他们所有能抓住的资源努力维持这一地位。只是在全球-本土间的一场场不可预测的动态遭遇战中，这些努力常常受到质疑与消解。

^① [美]詹姆士·瓦森：《跨国主义与本地化》，见《麦当劳成功传奇：跨文化经营启示录》，詹姆士·瓦森著、萧羨一译，29页，台北：经典传讯文化股份有限公司，2000。

^② 廖炳惠：《关键词200：文学与批评研究的通用辞汇编》，133页，台北：麦田出版，2006。

^③ Pieterse, J. Nederveen. (1995). "Globalization as Hybridization". In Featherstone, M. (ed.), *Global Modernities*. London: Sage. 45-68.

^④ Pratt, M. Louis. (1992). *Imperial Eyes: Travel Writing and Transculturation*. London: Routledge. 6.

^⑤ Lull, James. (1995). *Media, Communication, Culture: A Global Approach*. Cambridge: Polity Press. 189-222.

^⑥ [美]詹姆士·瓦森：《跨国主义与本地化》，见《麦当劳成功传奇：跨文化经营启示录》，詹姆士·瓦森著、萧羨一译，47页，台北：经典传讯文化股份有限公司，2000。

三、文化权力再思考：批判的跨文化主义

应该说，在与不同的全球化理论的长期辩论中，文化帝国主义者也在不断修正自己的理论，提出新的论点，其论辩也日趋复杂。在今天，他们认同文化已经跨越疆界，承认资本的集中并没有抹杀文化的多样性，但同时也认为，有影响力的跨国文化公司仍然局限于少数西方国家，并且其大部分商业运作的利润仍然会返还回其母国。同时，去中心化的文化流动趋势也不能取代旧有的权力关系，因为当今文化流动仍然由深嵌历史之中的帝国主义与殖民主义地缘政治与权力关系所决定。尽管全球文化展现了多样性，也出现对美国电视节目的本土化过程，但这只是一种特殊形式的同质化。全球大众文化（global mass culture）成拱形地吸收这些不同文化，这仅仅表现了权力的变化，意味着美国文化权力进入一个新的“磁性”阶段，虽然磁极消失，但效果仍旧存在。^①实际上，在持续的全球化进程中，“美国”已从一个符号转变为看不见的体系，其消费资本主义的逻辑已经深深渗透进全球化的整个进程之中，本质上仍然是美国霸权的文化框架^②

近年来，一些研究非西方区域间跨国文化流动的学者跳脱“全球-本土”辩证模型连结，从区域间文化流动（intra-regional cultural flow）这样一个建设性视角，看到全球化是如何在一个新的、更加复杂交互的区域权力关系中，再刻印美国文化的印记，从而重新发现了不平等的、结构化的文化权力，并在此基础上提出了“批判的跨文化主义”这一新的文化全球化理论模型。

（一）区域间的跨国文化流动

与“全球-本土”视角不同，关注区域间文化流动的学者认为，小规模文化圈总是害怕被邻近的大规模文化所吸收。同担心美国化相比，韩国人可能更担心日本化，斯里兰卡人担心印度化，柬埔寨人担心越南化等。这一文化扩散与消费的特殊性提醒我们，随意地使用“全球-本土”的概念，会夸大文化全球流动的实际影响。所以，小石岩渊强调用“跨国的”

（transnational）而非“全球的”（global）来形容区域间文化流动的错综复杂格局。^③

一方面，“跨国”一词并没有限定行为者为一个民族国家或国家体制内的机构，“文化”的意涵也没有被限制在一个“国家的”框架之内。同时，“跨国”强调的是当地的情景与全球的相互联系，以及由于多种方向的信息流动和持续的文化混合与信息渗入而造成的不对称性。另一方面，“全球”一词趋向于否定民族国家在全球化中的重要性^④，而“跨国”一词虽然也质疑当今民族国家在一国疆界内政策制定的有效性，但这一视角也突出了在跨国文化流动中民族国家的显著地位。小石岩渊认为，虽然全球化进程极大地便利了流行文化在世界不同地区的异体受精，但这一跨越疆界文化流动的推动力从未从国家力量中脱离出来。在新兴的现代亚洲图景中，正是日本作为一个民族国家对西方文化影响的接受、挪用以及协商，日本跨国文化权力才得以确立，并在跨文化的输出中维护和扩展日本的国家利益，如提升其在亚洲的地位，重申日本文化的优越性等。^⑤

^① Baudrillard, Jean. (1988). *America*. London: Verso. 115.

^② Leslie, S. (1991). *Sociology of the Global System*, Baltimore: Johns Hopkins University Press. 135.

^③ Ibid. 17.

^④ 也的确有太多的学者质疑民族一国家在全球化体系中的重要性。如本章第一节所讨论的全球化论者；也包括阿帕杜莱等转型论者，认为在全球化的复杂互动体系中，民族一国家已经不太可能成为全球性和现代性关系的仲裁者，也因此暗示现代性“悬而未决”（at large）的状况。见[美]阿君·阿帕杜莱：《消失的现代性：全球化的文化向度》，郑义凯译，28页，台北，群学出版，2009。

^⑤ Koichi Iwabuchi. (2002). *Recentering Globalization: Popular Culture and Japanese Transnationalism*. Durham; London: Duke University Press. 17.

更为重要的是,在研究区域间的跨国文化流动时,学者们也重新发现美国文化霸权的地位仍然不容忽视。屠苏在研究全球文化流动与反流动中看到,美国文化权力的相对下滑带来了区域间文化流动的频繁,导致了区域媒体与文化中心的相继出现,如印度、香港、上海、巴西等。但是,文化从这些非西方半中心(semi centers)区域向西方世界的反向流动仍十分有限。^①日本学者小石岩渊在研究日本流行文化的出口时也发现,日本流行文化在亚洲的出口包括大范围的产品,如日本电视剧、流行偶像、时尚杂志等,而其中大部分产品在西方世界都少有消费者,日本跨国文化力量的上升更加显著地体现于东亚以及东南亚文化地理范围中。^②

在进一步对能在全世界扩张的日本文化产品的研究中,小石岩渊的研究更加实证了日本跨国文化流动的弱势地位与美国的强势地位。^③首先,日本文化之所以能在全世界流行,是因为它所提供的文化商品是“无味的”(odorless),这些文化商品可以用3C来表示:消费者技术(consumer technologies),如VCR、卡拉OK、Walkman;漫画与卡通(comics and cartoons);计算机游戏(computer/video games)。^④在3C文化产品中,所有有关日本民族、种族特性的标志与日本的基本生活方式都被摘掉了。因此,虽然这些文化产品风靡全球,但对它们的消费却并不能引起我们对日本生活方式的想象。

其次,在上世纪八十年代末与九十年代初,日本文化产品逐渐向产品软件延伸。1989年索尼并购了美国哥伦比亚公司(Columbia),1990年松下并购了环球家庭娱乐公司(MCA(Universal))。硬件与软件并购迅速提升了日本媒介集团在全球的影响力,但这并不代表全球文化的日本化,却从反方向上体现了美国的霸权地位。一方面,索尼与松下并购好莱坞并不是为了主导美国思维,而是基于清醒的经济价值判断。通过全球媒介融合而建构从硬件到软件的整体娱乐集团,日本公司寄希望于在文化产业链条中分得更大的蛋糕。与此同时,日本提供的消费者产品在硬件上也更加确保了好莱坞电影的全球流行,强化了美国文化的世界霸权地位。另一方面,尽管日本拥有成熟的动漫产品生产能力,但却缺少全球分销渠道。因此,日本文化产品要想进入西方国家市场,特别是美国市场,就必须与美国的合作伙伴进行合作。比如动漫《神奇宝贝》(Pokémon)的全球成功,就有赖华纳兄弟的全球分销系统,以及在全美范围电视节目的播出。也就是说,日本文化产品要打入全球文化流动中,就不得不依靠美国主导的全球分销渠道。而日本动漫产业之所以能够成为全球性产业,是依靠西方媒介的权力体系。因此,即便在这一过程中形成了全球日本化,这也是一种美国化的日本化(American of Japanization)。

这些区域间文化流动和反向流动的实证研究在质疑文化帝国主义中关于文化单向流动的论述同时,也表明非西方“半中心”及其跨国公司在全球范围影响力的上升并未威胁到西方主导的“权力几何学”。^⑤在文化区域间流动中,各种流行文化形式都重叠了对美国文化的想象。从美国角度而言,全球化去中心化进程意味着美国文化权力的下滑;但从区域角度而

^① Thussu, Daya. (2007). "Mapping Global Media Flow and Contra-flow". In Thussu, Daya Kishan. (ed.). *Media on the Move: Global Flow and Contra-Flow*. London: Routledge. 11-32.

^② Koichi Iwabuchi. (2002). *Recentering Globalization: Popular Culture and Japanese Transnationalism*. Durham; London: Duke University Press. 29-32.

^③ Koichi Iwabuchi. (2002). *Recentering Globalization: Popular Culture and Japanese Transnationalism*. Durham; London: Duke University Press. 37-38.

^④ 所谓“文化气味”(cultural odor),是指在对一种文化产品的消费过程中,所能感受到这种文化产品生产国的形象,或者其民族的意识形态、生活方式等。任何文化产品都会与其生产国存在各种各样的文化联系,这种形象通常包括奇异性,如日本武士或艺伎的形象等。然而,只有当消费一种文化产品时,能强烈的感受到其生产国当代诸种生活方式的形象时,文化商品的“文化气味”才形成。见 Koichi Iwabuchi. (2002). *Recentering Globalization: Popular Culture and Japanese Transnationalism*. Durham; London: Duke University Press. 27.

^⑤ Thussu, Daya. (2007). "Mapping Global Media Flow and Contra-flow". In Thussu, Daya Kishan. (ed.). *Media on the Move: Global Flow and Contra-Flow*. London: Routledge. 11-32.

言,它只不过代表了通过新的区域中心(如日本)而形成的美国权力再中心化(recentralization)。

(二) 批判的跨文化主义 (critical transculturalism)

如果说文化帝国主义的命题强调的是全球政治、经济结构对文化权力的决定性作用,那么“全球-本土”辩证连结视角则强调对本土主体能动性的关注,通过对文化汇流与混杂现象的研究,提出文化权力的去中心化过程。而区域间的跨国文化流动则再次提出了美国文化霸权的框架。在此,美国学者马万·克瑞迪(Kraidy, M.)提出以批判的跨文化主义来构建21世纪以来文化全球化的理论模型。他认为,在“全球-本土”辩证连结的框架下,对于文化混杂的研究总是聚焦于媒介文本的混杂及媒介接受过程中的动态关系,却较少关注政治、经济等结构性因素在其中的作用。但是,仅仅关注媒介文本及文本消费是不足以理解全球化中复杂的关系的。对文化混杂的理解需要从一个批判的视野进行关系性的、进程的、以及脉络的考察。因此,他提出“批判的跨文化主义”理论框架,以整合文化帝国主义命题中对于结构性因素和文化权力的强调,以及“全球-本土”辩证连结视角中对于本土文化主体能动性的强调,从而将结构性与意义同时串联进当代文化全球化中。^①

克瑞迪首先探索了在全球化研究中迄今为止被忽视的“本土-本土”关系,以及本土社会空间之内的文化混杂现象,提出了“跨本土”(translocal)的路径,以此重塑了文化帝国主义倡导者加尔通的“车轮模型”(wheel model)——以车轮的轮毂与车圈边缘比喻全球化下中心与边缘的关系,以及“轮毂-辐条-边缘”的单向度全球化进程。^②在研究中,克瑞迪的关注点始终在于车轮边缘不同点之间的连结,而没有预先确定这种连结必须通过轮毂从中心发散。很明显,同“全球-本土”的视角一样,这种“本土-本土”、“东方-东方”的跨本土视角同样是一种去中心化的研究视角。但它又不局限于“全球-本土”的文化辩证关系,而是通过分析非西方国家混杂的文化如何在互动中以及与西方的联系中被形塑,由此重新将文化权力问题提上议事日程。

此外,为了理解不同文化之间结构性以及主体实践因素,他提出“互为语境”(intercontextuality)的概念,描述混杂的文本与文化权力串联在一起的状况。^③这里,“本土”并不仅仅意味着文化实践行为发生的自然环境或社会场景,也不是一个浪漫的接收文化混杂、反抗全球化的场地。“本土”本身也是一个混杂领域,一种关系性的存在。它一方面形塑了文化产品的生产与消费,同时在这个过程中,本土的文化实践行为也对本土语境进行建构,从而形成了文本与语境互相建构的文化现象。在这种“互为语境”的理解中,“混杂”不仅是“全球-本土”互动张力下的文化多元的产物,而且也成为一种当代文化状况,建构了社会环境,同时也被社会的、政治的以及经济的环境所建构。因此,混杂结果以及权力关系的接合(articulation)就不是注定的,而需要对具体情况和具体案例进行具体分析。

依据这种跨本土的视角,文化混杂既不是整体的,也不是多元的,而是合成的(synthetic),我们需要在社会层面上理解各种混杂的规模与方向。比如,墨西哥TV Azteca公司复制英国系列剧 *Teletubbies* 并在本土播出的 *Tele Chobis* (天线宝宝) 案例中,克瑞迪阐释了各种结构性因素——墨西哥经济的自由化、TV Azteca 和 Televisa 之间激烈的竞争、当今国际版权动态等——如何形塑了 *Tele Chobis* 的混杂性。^④他研究了黎巴嫩的马龙派(maronite)族裔中产阶级青年的媒介使用状况,他们与阿拉伯以及西方世界观之间的关系如

^① Kraidy, M. Marwan. (2005). *Hybridity, or the Cultural Logic of Globalization*. Temple University Press. 149.

^② Galtung, Johan. (1971). "A Structural Theory of Imperialism". *Journal of Peace Research*, 2: 81-117.

^③ Kraidy, M. Marwan. (2005). *Hybridity, or the Cultural Logic of Globalization*. Temple University Press. 155-156.

^④ Kraidy, M. Marwan. (2005). *Hybridity, or the Cultural Logic of Globalization*. Temple University Press. 103-115.

何建构了本土的文化混杂，受众对混杂的媒介内容的阐释又是如何受到媒介政策与所有权结构的影响等。总体看，这些研究证实混杂并不是不同文化元素间平等的混合过程。不论是在黎巴嫩电视文本的接收中，还是在墨西哥电视节目的制作中，不平等的跨文化关系形塑了文化融合的大部分面向。这些案例都显示出政治经济权力与文化混杂之间的因果联系，也因此分享并实证了文化帝国主义论述中关于权力与文化变迁的命题。当然，这些研究同时也强调，混杂的过程与结果过于繁复，以至于不可以像文化帝国主义命题那样用简单直接的政治经济因素进行解释，其结果也不是简单的西方主导。研究者需要在一个个具体的案例中理解混杂过程的复杂社会性结构因素以及文化主体之间的能动关系，而批判的跨文化研究的任务就在于此。

在全球化进程中对于文化权力的不断讨论，推动着学术界对于全球化问题的研究从宏观走入微观，从单纯思辨走入本土实证。一方面，我们认识到文化帝国主义的命题不足以概括当今文化全球化的复杂性。不论是“全球-本土”辩证连结还是“批判的跨文化主义”视角，都提示文化主体的能动性不容忽略。因此，身处全球化进程中的每一个人都应用自身的行动书写全球化的历史，给人类社会一个更加美好的未来。与此同时，对文化帝国主义命题中盲点的再思考，也比一概否定更有建设性。因为这一命题对于全球现代性情况下文化价值与文化自主性问题进行了真切的关注。“批判的跨文化主义”视角试图将全球化的结构性因素与文化主体能动性因素结合起来，在动态张力中考察文化混杂的趋势与程度，就是这种努力的结果。不过这一理论模型还处于草创阶段，需要我们在一个个具体的本土文化实践中持续进行探讨和完善。

特别约稿

难得的画作——回顾大师范敬宜

A Precious Painting: Remembrance of Fan Jingyi

袁蓉芳^①

重读范敬宜老师的手示和诗画，如同再次亲炙他的教诲，难忘的恩泽，唤起我对往事的缅怀。

改革开放初期，我认真拜读《人民日报》头版头条转载的新闻述评《莫把开头当过头》和《新闻战线》报道范敬宜同志业绩的那篇文章后，便慕名奉函并附拙稿一篇。过了不久，我收到他评析拙稿的复示。那时，他已被誉为改革开放后农村报道的鼻祖，而我只是福建省科学技术委员会的一名普通工作人员。他虚怀若谷，对我奖励有加，约我写“地域性不强的稿件”，使我深受感动。

原信内容如下：

蓉芳同志：

辱承不弃，千里惠书，不胜感动。

来稿已拜读，文笔流畅，寄意深远，虽质朴无华，而功力自见。只是内容写的是福建的事情，不适合辽宁的报刊用，现将原稿奉还，请鉴谅。希望您今后能为我们写一些地域性不强的稿件，为散文、思想评论之类。

我在各方面的水平都很低，《新闻战线》上的文章颇多溢美之辞，不意竟引起您的关注，感到十分不安。今后唯有更加努力工作，以不负雅望。有空请来信，经常联系。

敬颂

^① 袁蓉芳：笔名半房山，1941年生于福建上杭。教授。曾任《特区时报》特约记者，《信息汇报》兼职记者。现任教于厦门大学新闻与传播学系，主讲《新闻采访写作》与《新闻评论》。

著安

范敬宜

九月三十日

第三、十页上有两个错字，改了一下，未识安否。

1983年7月15日，《辽宁日报》刊登了范师亲手编发的拙文《夏日游武夷》。花费了他宝贵的时间和精力，我对他怀有深深的感激之情。

从此，我和他的书信往来逐渐增多，我对他的了解也继续加深：

范敬宜1931年生于苏州吴县，为北宋名臣范仲淹第28代嫡孙。他的父亲在上海交通大学读书时和邹韬奋同班，母亲曾师从章太炎和吴梅，工诗词、擅音律。他幼年失怙，由母亲和姑母共同抚养长大；自幼体弱多病，却以一年的小学学历考入“无锡国专”，20岁毕业于上海圣约翰大学，前往《东北日报》当记者；26岁被错划为“右派”，文革期间下放到贫困山区，直至49岁才回到《辽宁日报》重操旧业。

范师国学根底深厚，诗书画均有很高造诣。他欣然命笔作《咏竹》画馈赠。此画聚散有致，用笔遒劲有力，用墨笔划老到，层次渲染丰富得当。厦门大学美术系有位教师看到敝寓珍藏的这幅画赞叹不已，他说范敬宜年少时临摹的名家山水被人误为真迹。著名画家王个簃也说过：“此生将来必夺我画人一席之地。”

范师写的字清秀雅洁，自成一格，堪称范体。他在这幅画中用毛笔写了宋代诗人徐庭筠的两句诗：“未出土前先有节，到凌云处总无心。”字画合璧，相映生辉，蕴含着对我的殷切期望。

当年，省内外均有高等院校和新闻出版事业单位发函或派人到福建省科委商调我，省科委领导公然慰留，我举棋不定，便向范老师请教。

范师以谈心的方式对我进行开导，赐函云：“你的性格不适合从政，倘能从事新闻工作或新闻教育工作，则可扬长避短……”

我遵循范师的教诲，先任中华全国美学学会同皖苏闽合办的《技术美学》丛刊编委，成了我国较早研究技术美学的学者之一。

1985年，我调到厦门大学新闻传播学系任教，主讲《新闻采访》、《新闻写作》和《新闻评论》三门主干课程。

1987年9月至1988年7月，我在复旦大学任国内访问学者，师承王中、公今度、丁淦林等著名教授。我先后兼任过《特区时报》、《信息汇报》和《团结报》记者，采写了不少消息、通讯与人物专访，还撰写了一些学术论文，出版了两部专著，不乏获奖作品。《重游福州西湖》被中国新闻社和《大公报》评为好稿，编入香港出版的旅游书中；刊登在《半月谈》杂志的《出家人心灵的泣诉》编进《中国优秀编辑记者获奖作品选》（上）；刊登在《新闻大学》的《试论新闻特写》，被中共中央党校、全国报纸理论宣传研究会、北京大学、团结出

版社评为优秀文章，选入《中国社会主义精神文明建设宝典》等大型文献系列丛书。

从上个世纪九十年代末开始，我应聘《海峡导报》顾问，夜里和值班老总分头审稿，共把最后一关；后来改为每天上午去评报。

新闻学是实践性很强的学科，新闻学教师，特别是新闻业务教师，需要有理论与实践相结合的知识结构和专业操作能力。我从事新闻实践，是为了教学。在做编辑、记者中获得感觉，精心采编，搜集材料，积累经验，全部所得通用于教学。

范师调京后，曾先后担任国家外文局局长、《经济日报》总编辑、《人民日报》总编辑。虽然工作越来越忙，但他依然记挂着我。他拨冗写给我的亲笔信和嘱托他的夫人吴秀琴老师代笔给我复函，谈得最多的内容是“教学要为培养未来的名记者打下坚实的基础……”这对我是很大的策励。

附录

“全球传播和新闻教育的未来”国际学术论坛在清华召开

The International Academic Forum of “Global Communication and the Future of Journalism Education” held

12月15~16日，“全球传播和新闻教育的未来”国际学术论坛在清华召开。清华大学副校长、清华大学爱泼斯坦对外传播研究中心主任谢维和教授出席开幕式并致欢迎辞。

本次论坛由清华大学爱泼斯坦对外传播研究中心、中国新闻史学会外国新闻传播史研究委员会、中国外文局对外传播研究中心共同主办。清华大学新闻与传播学院副院长、中国新闻史学会外国新闻传播史研究委员会秘书长陈昌凤教授代表外新史会会长郭镇之教授致欢迎辞。论坛由清华大学新闻与传播学院副院长、清华大学爱泼斯坦对外传播研究中心执行主任史安斌教授主持。美国宾夕法尼亚大学安南堡传播学院雷蒙·威廉斯文化与传播讲席教授、国际传播学会前会长芭比·塞里泽(Barbie Zelizer)、美国华盛顿大学政治传播学卢迪克讲席教授兰斯·班尼特(W. Lance Bennett)、英国威斯敏斯特大学国际传播教授达雅·屠苏(Daya Thussu)、美国波因特新闻研究院福特研究员、“创业新闻学”创始人马克·布里格斯(Mark Briggs)、南非罗德斯大学新闻与媒体研究学院副院长赫尔曼·魏斯曼(Herman Wasserman)等国际知名学者出席本次论坛。

谢维和首先对传播学界、业界的国内外知名学者和专家莅临论坛表示热烈欢迎。他在致辞中指出，在全球化的今天，全球传播研究引起了越来越多国内外学界、业界知名专家、学者的关注，而新闻教育担负着培养未来新闻传播人才的重任。他说，当前全球新闻传播领域正发生深刻的革命。新闻对于社会的影响力、传播对于社会精神文化和生活方式的改变是显而易见的，新闻传播领域担负着比以往更加艰巨的社会责任。谢维和相信，此次论坛将为国内和国际学界、业界知名专家、学者提供一个对话和交流的良好平台。

开幕式后，与会的国外知名全球传播学者做主旨演讲。芭比·塞里泽就“新闻学未来的工具”、达雅·屠苏就“在全球传播中再度阐释‘全球’语义”、兰斯·班尼特就“变革的媒体、变革的社会：新闻教育中的新挑战”、马克·布里格斯就“全球传播的未来及新闻传播教育者如何应对面临的挑战与机遇”、赫尔曼·魏斯曼就“南非与中国最为金砖国家的伙伴：从媒体视角看地缘政治变迁”作了生动、精彩的演讲，引发了国内外学者的深入交流和热烈讨论。

15日下午分论坛主题为“全球传播与中国对外传播发展趋势”，论坛由清华大学爱泼斯坦对外传播研究中心副主任、清华大学新闻与传播学院副教授周庆安主持。中国社科院中国特色社会主义理论体系研究中心主任尹韵公教授、中国外文局对外传播研究中心副主任于运全、中央人民广播电台网络部主任伍钢、中央电视台新闻中心副主任杨华、中国人民大学新闻学院教授钟新、美国杰普曼大学教授贾文山、深圳大学传播学院教授辜晓进、清华大学新闻与传播学院副教授杭敏围绕着论坛主题作了各具特色的精彩发言。来自中国新闻学界、业界的学者及领导参加了研讨。

16日上午举行了“传播学科及传播思想史书写”专场研讨，国内40多位中青年学者参与了讨论。

附录

清华大学新闻与传播学院近期外请讲座信息

Information on the Recent Lectures at the School of Journalism and Communication, Tsinghua University

【财经新闻教育与财经媒体发展研讨会在我院举行】9月21日，财经新闻教育与财经媒体发展研讨会在我院环球资源厅举行，我院副院长崔保国教授、史安斌教授出席会议并分别致欢迎词和作总结发言，会议由全球财经新闻项目中方主任杭敏副教授主持。会上，牛津大学路透新闻研究中心研究主任 Robert Picard 教授、彭博新闻社大中华地区主编 Lee Miller 教授、清华大学全球财经新闻项目外方主任 James Breiner 教授，《财经国家周刊》总编张修智、《财经》杂志执行主编何刚、《经济观察报》副总编辑文钊等纷纷发言。与会者就中外财经媒体发展、东西方财经新闻教育的交流与合作、学界与产业的对接等事关财经新闻教育和财经媒体发展的相关议题展开了系列而深入地讨论，并就如何更好地研究财经媒体与新闻教育的发展、拓宽国际视野等领域达成广泛共识。来自业界和学界的近40名专家和学者与会。

本次研讨会由我院、美国国际记者协会、牛津大学路透新闻研究所和瑞典延雪平大学传媒管理研究中心东亚所联合举办。

【美国联邦通讯委员会前主席来我院演讲】9月24日，绿色资本首席执行官，美国联邦通讯委员会（FCC）前主席瑞德·亨特（Reed Hundt）和阿斯彭学院传播与社会项目主任查尔斯·M·费尔斯通（Charles M. Firestone）来我院就“全球化时代的互联网经济与政策”发表演讲。我院来和自经管学院师生40多人聆听了讲座并交流。

【加拿大西门菲沙大学传播学院副院长赵月枝来我院做报告】10月18日晚，加拿大国家特聘教授、西门菲沙大学传播学院副院长赵月枝到访我院并为我院师生以“中国的软实力追求：迫切性、障碍与不可调和张力”为题作学术报告。赵月枝认为，从建立遍布全球的孔子学院，到纽约时代广场上演的广告闪电战，中国政府为增强软实力而展开的全方位努力已十分明显，并成为当下政界、学界及新闻界普遍关注的议题。

【《纽约客》驻中国记者欧逸文来清华演讲】10月24日晚，美国综合文艺刊物《纽约客》驻中国记者欧逸文（Evan Osnos）来到清华大学新闻与传播学院，为近50位清华学生做了题为“中国媒体文化”的演讲。

欧逸文（Evan Osnos）在演讲中谈到为什么留在中国时，说中国翻天覆地的变化让他深感惊讶，甚至无法自拔，于是他决定留下来并更多地了解中国。他介绍了《纽约客》杂志及他在中国为《纽约客》写稿的经历。他以自己写过的以澳门为主题的一篇文章作为例子，详细阐述了其收集资料、联系采访人并最终完成稿件的过程。

同学们还就媒体报道的有关问题同 Evan Osnos 进行了深入的对话和交流。Evan Osnos 说自己很想去中国的农村采访，想知道农民的生活状况及感受。在回答有关自身定位的问题时，Evan Osnos 说，他更希望自己被当作一个记者，而不是作家。Evan Osnos 演讲结束后，同学们对其报以热烈的掌声。

欧逸文（Evan Osnos）曾出任《芝加哥论坛报》北京分社社长。在任期间，他做了一系列调查报告，荣获了2008年度普利策奖（调查类报道）。2005年来中国前，他常驻伊拉克。

【香港城市大学祝建华教授来我院访问】 香港城市大学祝建华教授于11月14日下午来我院进行博士招生宣讲，并应金兼斌老师邀请在我院硕士生《传播学研究方法》课上专门介绍“实验法”。祝教授以自己1992年的一项研究为例，从三个方面生动地讲解了什么是实验法，如何用实验法做研究以及实验法的缺陷。同学们对如何用实验法做研究的步骤以及注意事项有了清晰的认识。祝教授鼓励同学们尝试将实验法应用于毕业论文中，增加论文的科学性。祝教授11月17日还在清华大学做了题为“学科交叉背景下的社会化媒体研究：现状、问题与前景”报告。

【美国著名战地记者来我院讲座】 美国著名战地记者皮特·阿内特于11月16日来访我院讲座，回顾了自己参加越南战争、海湾战争等战地经历，并且介绍了自己采访过萨达姆、本拉登等国际政治军事人物的经历。本次讲座主要是通过照片和视频来呈现的，包括阿内特近距离亲手拍下的震撼人心的视频战事场景以及战后惨状。阿内特认为，战地记者不仅需要极大的勇气，同时也需要良好的身体和心理素质，在完成采访和写作的同时保护好自身的安全。

【清华-爱泼斯坦国际传播系列讲座】 12月，在“全球传播和新闻教育的未来”国际学术论坛召开期间，与会的国外知名全球传播学者美国宾夕法尼亚大学教授芭比·塞里泽就“新闻摄影中‘濒死’如何取代了‘死亡’”、创业新闻学创始人马克·布里格斯就“创业新闻学”、英国威斯敏斯特大学国际传播教授达雅·屠苏就“后美国世界媒介研究”、美国华盛顿大学政治传播学卢迪克讲席教授兰斯·班尼特就“联结行为的逻辑：数字媒体正如何改变公共生活”在我院发表专题演讲，并与清华师生进行了深入的交流和讨论。