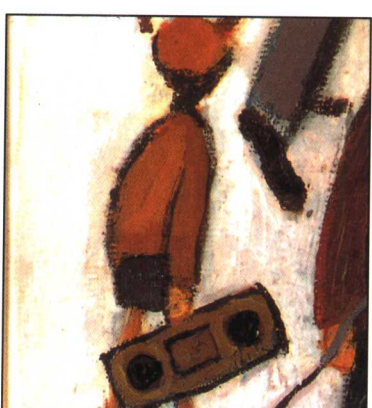
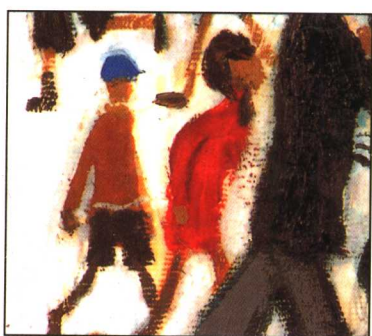
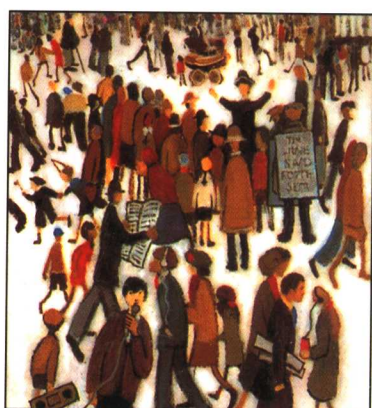
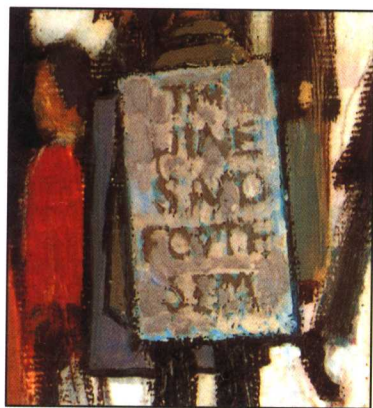


# 大众媒介与社会

## Mass Media and Society

华夏  
传媒

[英] 詹姆斯·库兰 [美] 米切尔·古尔维奇 / 编  
杨击 / 译



华夏出版社

华夏  
传媒

# 大众媒介与社会

Mass media and society

[英] 詹姆斯·库兰 [美] 米切尔·古尔维奇 编

杨击 译

华夏出版社

## 图书在版编目(CIP)数据

大众媒介与社会/(英)库兰主编;杨击译.

-北京:华夏出版社,2006.6

ISBN 7-5080-4013-9

I. 大… II. ①库… ②杨… III. 大众传播-社会学-教材  
IV. G206.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 059912 号

©2000 Introduction, Selections and Editorial Matter James Curran and Michael Gurevitch  
Chapter 1 ©2000 Graham Murdock; Chapter 2 ©2000 Andrea Press; Chapter 3 ©2000  
Iscar G. Gandy Jr; Chapter 4 ©2000 Peter Golding and Graham Murdock; Chapter 5 ©  
2000 Annabells Steberny; Chapter 6 ©2000 James Curran; Chapter 7 ©2000 Jay G. Blum-  
ler and Michael Guevitch; Chapter 8 ©2000 Michael Schudson; Chapter 9 ©2000 Simon  
Frith; Chapter 10 ©2000 Daniel C. Hallin; Chapter 11 ©2000 Judith Lichtenberg; Chapter  
12 ©2000 Angela McRobbie; Chapter 13 ©2000 Colin Sparks; Chapter 14 ©2000 Chin-  
Chuan Lee; Chapter 15 ©2000 Peter Dahlgren; Chapter 16 ©2000 Keith Negus and Patria  
Román-Velázquez; Chapter 17 © 2000 David Rowe; Chapter 18 © 2000 Christine  
Geraghty; Chapter 19 ©2000 John Corner

All rights reserved

该书第三版 2000 年由 Hodder Headline 集团旗下 Arnold 出版社首次出版。

华夏出版社被授予中译本版权。

版权所有,翻印必究。

北京市版权局著作权合同登记号:图字 01-2003-6131

## 大众媒介与社会

[英]库兰 主编

杨 击 译

出版发行:华夏出版社

(北京市东直门外香河园北里 4 号 邮编:100028)

经 销:新华书店

印 刷:世界知识印刷厂

版 次:2006 年 6 月北京第 1 版

2006 年 7 月北京第 1 次印刷

开 本:787×1092 1/16 开

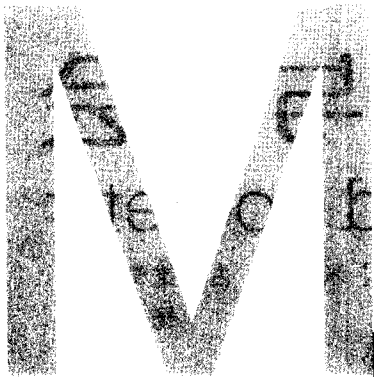
印 张:27

字 数:486 千字

定 价:49.00 元

本版图书凡印刷、装订错误,可及时向我社发行部调换

- 华尔街日报》是如何讲故事的》  
[美] 布隆代尔
- 《新闻报道与写作》  
[美] 梅尔文·门彻
- 《体育新闻报道》  
[美] 布鲁斯·加里森
- 《受众研究读本》  
[英] 罗杰·迪金森 拉马斯瓦米·哈里德拉纳斯  
奥尔加·林耐 编
- 《文化作为传播》  
[美] 詹姆斯·W.凯瑞
- 《传播理论——起源、方法与应用》  
[美] 沃纳·赛佛林 小詹姆斯·坦卡德
- 《国际传播——“地球都市”的历史、冲突与控制》  
[美] 罗伯特·福特纳
- 《组织传播》  
[美] 凯瑟琳·米勒
- 《传播——在政治和经济的张力下》  
[加拿大] 文森特·莫斯科
- 《媒介公正——道德伦理问题真的不证自明吗?》  
[美] 克利福德·G.克利斯蒂安 马克·法克勒  
金·B.罗特佐尔 凯西·布里顿
- 《作为话语的新闻》  
[荷] 梵·迪克
- 《交流的无奈——传播思想史》  
[美] 彼德斯
- 《话语与社会变迁》  
[英] 诺曼·费尔克拉夫
- 《传播生态学》  
[美] 大卫·阿什德
- 《意义的输出——〈达拉斯〉的跨文化解读》  
[以色列] 泰玛·利贝斯 [美] 凯茨
- 《好莱坞电影》  
[美] 理查德·麦特白
- 《理解电视——电视节目类型的概念与变迁》  
[英] 大卫·麦克奎恩
- 《电视银幕与写作——从创意到签约》  
[美] 理查德·布鲁姆
- 《电影电视声音——录音技术与艺术创作》  
[美] 汤姆林森·霍尔曼
- 《电影电视画面——镜头语法》  
[美] 彼得·沃德
- 《媒介 COO:广播、电视、网络运营实务》  
[美] 苏珊·泰勒 伊曼斯 道格拉斯·A.弗格森  
罗伯特·A.克雷恩
- 《当代广告学》  
[美] F.阿伦斯
- 《广告,艰难的说服》  
[美] 迈克尔·舒德森
- 《分割美国——广告主与新媒介世界》  
[美] 约瑟夫·塔洛
- 《中国 25 年营销史》  
卢泰宏 何佳讯 著
- 《中国广告猛进史》  
国际广告杂志社 北京广播学院广告学院 IAI 国际广告研究所
- 《一个创意总监的告白: CD 不易为》  
林永强 著
- 《价值过亿——人性策划的故事》  
张惠新 著
- 《4A 杰出人性策划广告 96 例》  
张惠新 著
- 《媒介经济学案例分析》  
赵曙光 著
- 《媒介资本市场案例分析》  
赵曙光 张志安 著
- 《媒介营销案例分析》  
张志安 柳剑能 著
- 《媒介战略管理案例分析》  
禹建强 著
- 《传媒竞争力——产业价值链安全与模型》  
喻国明 张小争 著
- 《变革传媒——解析中国传媒转型“问题单”》  
喻国明 张小争 著
- 《传媒娱乐——明星引爆》  
张小争 郑旭 著
- 《世纪转身——中国社会变迁的视觉记忆》  
顾铮 主编
- 《招摇——另类人体宣言》  
[日] 笠原美智子



传播文化社会译丛

策划和海外联系人：潘忠党

主 编：黄 旦

副主编：陆 晔

编委会成员（以姓氏笔划为序）

石义彬 孙五三 陈力丹 吴予敏

陆 晔 何道宽 胡正荣 展 江

龚文库 黄 旦 程曼丽

## 译者序

杨 击

首先要感谢丛书主持人黄旦教授的信任，将这本论文集的翻译工作交付于我，使我得以延续多年以来我对英国媒介研究（British Media Studies）的种种知识生产的兴趣，虽然翻译的艰辛与困难不时地让我怀疑是否还有能力保有这种兴趣。

四年前我在博士论文中提出，英国传播理论的总体特征是：它对于媒介厕身其中的社会应该是如何的总是有一种不安的考量。黄旦教授直言不讳地告诉我，这种把握太笼统，导致我的整篇论文缺乏一个“分析叙述的逻辑起点”。四年以后的今日，我又研读完一本富有浓郁英国气息的、洋洋五十万言的论文集子，我不得不承认，我没有找到作为一种学理的逻辑起点，倒是进一步深化了我对自己早年判断的理解：英国人媒介研究中比较有世界影响的工作，都不是从学理体系、学科建设出发的，更多的是一种现实观照，一种文化经验的表述。他通常以一个美好社会（good society）中媒介和社会之间应有的理想关系作为尺子来谈论当下，其格局和气度可想而知。

多年以来，我一直有一种拍脑袋的想法：那些秉承欧洲批判意识的研究者，津津乐道于媒介的种种不堪，实在也反衬了批判者所处的社会大致上对媒介不以为意的态度。就以英国为例，论述出版自由言论自由比较出名的，要数英国人弥尔顿（John Milton）和穆勒（John Stuart Mill），戏称新闻界为“第四等级”（fourth estate）的，也是英国人<sup>①</sup>。党报大报黄色小报办得比较红火的，在英国报史上都有案可察。对广播电视节目非常自信的也是英国人，他们称其为“世界上最瑕不掩瑜的电视节目”<sup>②</sup>。然而，我们很难想象英国人能够说出类似杰弗逊总统“宁要报纸不要政府”的话来。我的体会是，英国人比美国人世故，虽然不断生产

① 19世纪英国社会历史学家托马斯·卡莱尔（Thomas Carlyle）认为是爱德蒙·伯克（Edmund Burke）首先使用了这种修辞，后者将新闻界的权力看作和上院、下院以及宗教界的一般重大。

② Edward Buscombe, *British Television: A Reader* (Oxford University Press, 2000), "Introduction" p1.

着种种有关言论自由的话语资源，但很少在现实政治中高估媒介的作用，更不至于把它当成实现美好社会的一种机制。英国人的这种世故，来自于他的历史和传统。首先，英国人在获得新闻自由之前几百年就有了国民自由，英国在13世纪就有了现代英国宪政的两大基石：《大宪章》和议会；其二，英国人的自由传统不是与工业革命或者资产阶级联系在一起，英国人的自由传统恰恰是由贵族开创的，是贵族阶级为维护封建权利与国王进行斗争以保障自身的利益。这是一种其他国家所不具备的特有的传统<sup>①</sup>。其三，英国人的自由从来就是实际的、历史的，是为了使得现实中各种阶层和集团相安无事，而非诉诸某种统一的愿望或目标。可以说，在现代大众媒介诞生之前，英国人已经有了相对比较多元的市民社会和话语社区了（哈贝马斯言及的咖啡馆文化也算一种证据吧），所以从政治或者文化上来讲，英国人没有必要赋予报纸太高的期望。如果从这种传统出发，英国人比美国人会以“一种更为精英的态度对待新闻业”就不足为奇了<sup>②</sup>。而具有讽刺意义的是，似乎被怠慢的英国报业却一直享受着充分的自由，在它自身的边界之内，显得异常繁荣与活跃。

在英国情境之中，很难想象会有什么“新闻无学”的焦虑，也不会发生什么新闻学传播学之争议，从他们的系别或者课程设置来看，大致都以“media & cultural studies”“communication studies”作为名称，媒介也好，文化也好，传播也好，只是一个研究对象，可以用社会学、哲学、经济学、政治学、心理学等等各种方法介入。这似乎也可以解释为什么我国学界翻译介绍美国的东西远远比英国的为多，因为我们试图寻找具有普适意义的新闻学或者传播学，英国人做媒介研究，大致不在上述框架之内，自然难入我们的眼界。要引介的话，通常也是在世界或者西方新闻传播理论的帽子底下。这和我们的出发点是极其相关的。我们不曾有知识社会学的耐心去体会别人所做的是何种文化经验的表达，我们所要的是些能够很快帮助我们解决实际问题的工具，有时候更加不堪一些，找一些外来的话语资源，因为其“先进性和普适性”是不言自明的，为我们当下从事的无论是所谓理论的研究还是实务的操作正名。比如，全球化明明只是一个描述性的概念，却被当作一种正确的意识形态所追捧，这种现象在我们这个界别中尤其严重。

① 在欧洲语境中，封建社会结构建立在土地封授的基础上，政治权、司法权乃至社会特权都随土地分割而被分割。因此，“feudalism”意味着分权，而非集权。从这个意义上讲，“封建”是无法修饰集权制度的。参见钱乘旦和许洁明，《英国通史》（上海社会科学院出版社，2002年）第56页，第72页。

② 详见本书第8章。

我想其间的重要原因是，我们做媒介研究的，还不是一个独立的学术空间，这种知识生产团体的自主性还远远没有生成，所以很难指望它成为一个为全社会公共利益服务的知识生产实体，哪怕是代表自己利益的话都难以指望，因为这个团体的成员根本就连自主的意识都不具备。所以，我有一个极端的想法，我们没有办法也没有必要去学习所谓西方的传播思想，我们应该更多地去体会和理解他们的传播思想的独特性及其生成过程。

我是抱着这样的心情去研读、翻译这本论文集子的：看看是哪一类知识生产者？对当今世界，当然主要是所谓西方发达资本主义世界，其中主要以英美为代表的媒介的发展变化，产生了一些怎样的新的感受？又有了些怎样的新的表达？

本书的前身是1977年出版的《大众传播与社会》(Mass Communication and Society)，当时是作为开放大学媒介课程的教材而编撰的，在1977年到1991年的14年间，这本教材重印达十次之多。1991年改版为《大众媒介与社会》(Mass Media and Society)，开始在世界范围内行销，之后几乎每隔五年要出一个新的版本，我们现在看到的是2000年出的《大众媒介与社会》的第三版。这个版本，除了在英语世界非常畅销，还被翻译成了希腊文、韩文和日文。从1977年到2000年，这部教材发生了一些怎样的变化呢？简单而粗略地讲，要把握本书的旨趣和流变，一句话，马克思主义的媒介观在英国乃至整个英语世界乃至全世界的知识生产体系中的变化、消长和发展生存样态。作为一些个人和学术团体的文化经验的表达，肯定要包括立场、方法论以及研究对象这三方面。我着重想谈一下对第一个问题的体会，即持有马克思主义立场的媒介研究学者们，这三十年以来立场上所发生的一些变化，试图理解本书主编之一詹姆斯·库兰(James Curran)提到的三个关键词：批判的马克思主义、多元自由主义以及修正主义。

大家知道，马克思和马克思主义都与英国有着极深的渊源。马克思不容于德国法国，最后还是英国收留了他。马克思主义中所谓的科学社会主义的一个源头就是欧文的空想社会主义。其实，英国本身就具有独有的社会主义传统和运动，从欧文一直到费边社一直到获得现实政治权力的工党。当然，用马克思主义的理论话语去表达社会理想的却大部分是在政治上处于边缘的知识分子。大概一直要到吉登斯这代学人，才有可能既谙熟于马克思主义的话语和理论，又可能影响到现实中的工党政治。我们所要追溯的英国的媒介与文化研究的发端的年代，恰好是马克思主义理论和英国的社会主义政治可能交汇的时刻。

二次世界大战后的30年，是英国特色社会主义的实践最有成果最有信心的阶段。丘吉尔做梦都想不到，齐心协力跟着他熬过了二战苦难的英国人民会如此



不假思索地抛弃了他，甚至使他开个波茨坦会议都不能善始善终。1945年7月，工党以压倒多数获得了大选，这是工党有史以来第三次组阁，也是第一次组织一个工党占据议会多数席位的政府。工党终于有机会施展他的抱负和宏愿了。

当时工党在竞选宣言中明确提出，要在英国“建立一个社会主义的大不列颠共同体”，这种共同体的具体形态，就是工党上台后着手建设的“福利国家”<sup>①</sup>。福利国家从本质上来说，就是要使用国家的力量来干预、调配社会的财富，其出发点是对自由资本主义进行修正。当时，最能体现英国“福利国家”性质的是以下两项法律的颁布和实行。第一项法律是《国民保险法》，它规定一切有收入者定期交纳保险金，如果失业，可领取失业津贴，从而免受饥饿之苦；第二项法律是《国民医疗服务法》，对全民实行免费医疗。国家出面为全体国民提供生活和医疗保障，让人们在不必操心最起码的生活保障的情况下，去关心如何生活得更好的问题。与此同时，英国还相继对银行、铁路、民航、煤矿、煤气、公路、运输、钢铁、电力等部门实行国有化。英国经济出现了一种国有企业和私有企业共存、计划经济和自由经济共同发挥作用的一个“混合经济”时代。这样一套社会经济政策在战后大约20年时间里取得了非常好的效果，经济稳定，失业率低，人民生活水平显著提高，英国不但建立了一个福利国家，还成就了一个富裕社会。

二战后一直到1980年代初期，英国的媒介生态的变化发展一直比较缓慢和平稳。报业格局没有大的变化，大报小报还是各得其所，都有不俗的表现。比较值得注意的倒是左翼色彩的《独立报》作为大报站稳了脚跟。广播电视的发展总体还在资源稀缺的共识之中得到良好的控制。一直到1980年代初，电台也只发展到四个频率，并且还都是在BBC的统辖之内。英国1955年才有第一个BBC之外的私营电视机构ITV，1964年才有了BBC的第二个电视频道BBC2，迟至1980年，全英国境内才有了第四个电视频道Channel4，一家隶属于商业广播管理局(IBA)的电视公司。按照英国学者斯坎内尔(Paddy Scannell)的看法，哪怕是channel4，有了一定的自主权的私营台，同样是英国传统的“公共事业广播”(Public Service Broadcasting)的补充和延续<sup>②</sup>。

体会本书诞生之初那些媒介研究者的旨趣和心气，必定是要建筑在上述英国社会的政治经济以及媒介生态的基础之上的。前文已经提到，英国媒介研究中做得最出色的、对世界其他地方的相关研究产生影响的工作，大都是在马克思主义

① 参见钱乘旦、许洁明《英国通史》第337-339页。

② Paddy Scannell, "Public Service Broadcasting: The History of a Concept", in Edward Buscombe, *British Television: A Reader* (Oxford University Press, 2000), p59-60.

的框架内展开。从 1950 年代开始的英国文化研究，到 1970 年代传播政治经济学大行其道，英国的马克思主义媒介研究从传统的新闻传播研究的边缘作业，慢慢变成大学的学院建制内的研究正统，到上个世纪 80 年代，不但在英国本土的媒介与传播研究领域占到了主流的地位<sup>①</sup>，更是影响到世界各地的学术圈，尤其是北美的学术圈。

而本书前身《大众媒介与社会》在 1977 年出版之时，也正是马克思主义媒介研究向高峰攀登的时候，我们从编撰者的出发点就可以看到，当年英国媒介研究当中的马克思主义者有多么自信。库兰对当时的意图，有这样一番表白：他们就是要“维护一种知识传统——马克思主义——它处在争论的中心，然而在战后的许多时间里，它在英国的学术生活中被边缘化了”。还有一件旗帜鲜明的事情，就是要抵制美国在传播领域的主导地位，后者的知识生产在他们看来只是一些“捉襟见肘的共识”，一些“无穷尽的、非结论性的‘效果’研究”，与“欧洲知识思想多样性的论辩”是不能比拟的<sup>②</sup>。

库兰还提到他们当时的具体的编辑策略，说出于教学的考虑，他们鼓励代表马克思主义媒介研究的作者和代表美国主流传播研究的作者都尽量将自己的观点极端化，让两种路径的冲突一目了然并生发到极点，以“鼓励学生自己思考并决定赞同这种或那种传统，或者找出一种更加令人信服的中间立场”<sup>③</sup>，结果，两种传统泾渭分明，剑拔弩张，然而又共同出现在同一本教材之中，编撰者的自信扬升到了极点：

多元主义者把社会看作是互相竞争的团体和利益的复合体，其中没有一方始终占主导地位。媒介组织被视为有边界的组织系统，享有相当程度的自主性，这种自主性独立于国家、政党和各种制度化的压力集团。媒介被认为是控制在一个自治的管理精英集团手中，它赋予媒介专业人员可观的灵活性。媒介机构和它们的受众之间存在着一种基本的对称，用麦奎尔的话来说，两者的“关系进入了一种自愿的和显而易见的平等的形式”（麦奎尔，1977）。受众被认为有能力根据他们预先的需求和倾向，以不受限制的各种方式操纵媒介。

- 
- ① Paul Marris 和 Sue Thornham, *Media Studies: A Reader* (Edinburgh: Edinburgh University Press Ltd, 1999), xiii.
- ② 詹姆斯·库兰《重估大众传播研究中的新修正主义》中译版，见张国良主编《中国传播学评论》第 155 页，杨击译，上海，复旦大学出版社，2005 年。
- ③ 詹姆斯·库兰《重估大众传播研究中的新修正主义》中译版，见张国良主编《中国传播学评论》第 155 页，杨击译，上海，复旦大学出版社，2005 年。

他们可以接近哈洛蓝(1977)所言的“社会的多元价值观”，他们能够“遵从、接受或者拒绝”这些价值观。

马克思主义者视资本主义社会为一个阶级主导的社会。媒介是意识形态角逐场的一个部分，在某个阶级的观点占主导的背景中，各种阶级的观点争斗不息。最终的控制权越来越集中在垄断资本手中。媒介专业人员享有的是虚幻的自主性，他们被主导文化的规范所社会化和内在化。总体来说，媒介传送的是与主导阶级的利益相呼应的解释框架，而受众虽然有时与这些框架进行协商和抗争，但是无法随时接近替代性的意义系统，这种系统能够使受众拒绝媒介提供的定义而支持相反的定义。<sup>①</sup>

这份来自库兰和古尔维奇的概要性描述，是作为编者的框架式的指导意见出现在1977年的那本著名教材《大众传播与社会》的导言之中的，它轻而易举地建构了当年英国媒介研究中多元主义和马克思主义的对立态势，虽然不无极端化之嫌，但是总体上还是能够代表当时英国国内以及英国与美国在媒介与传播研究中的两种研究的理想类型。我们前面提到的英国文化研究和英国传播政治经济学正是在后一种理想类型中展开研究，并在70年代末期80年代初期赢得主流学术地位的。

在随后的二十年中，英国的政治、经济和文化都发生了重大的变化。1980年代初期，撒切尔夫人上台，保守党的统治长达15之久，把英国重新又领回到自由多元主义的资本主义道路之上，即使工党再次执政，也已经变得更加折中和保守了。英国的媒介生态也发生了很大的变化，先是传媒巨鳄鲁珀特·默多克渗入英国的报业，从黄色小报《太阳报》入手，一直到掌控英国人最引以为豪的《泰晤士报》，最后他的天空电视(Sky TV)也得以进军英国的领空；与此同时，英国的广播电视业态也一步步地发生着变化。一方面，一直以公共事业广播为骄傲的BBC更多地受到了政府的操控；另一方面，随着有线电视技术、卫星电视技术越来越成熟，电视频道资源的稀缺性不复存在，由政府 and 议会出面的、针对广播电视的严格管理出现的松动，私有电视频道从1980年代初期的Channel 4的诞生之日起，越来越多地开始和BBC争夺受众和潜在的广告资源，英国人也许不再敢自称生产的是“世界上最取不掩瑜的电视节目”了。1990年的广播法案(Broadcasting Act 1990)把英国广播的解除管理和私有化政策合法化了，它的最重要的

<sup>①</sup> 詹姆斯·库兰《重估大众传播研究中的新修正主义》中译版，见张国良主编《中国传播学评论》第155页，杨击译，上海，复旦大学出版社，2005年。

修辞几乎和所有的当权者是一致的，即应对全球化的潮流。之后的 BBC 也开始用自己的品牌换取美国人的投资，并进一步展开了面向全世界的 BBC World Service 的业务，而英国的私有电视则很快就汇入了世界范围内的全球大并购的浪潮，媒介不但被产业化，更重要的是和电信通讯等产业资源整合到一起了，媒介和受众之间的关系，变成了制造商和消费者之间的关系了。

事实上，英国人所面临的大面积、大规模的广播产业化、私有化和全球化的过程也不过是近二十年以来的事情，而这种私有化和全球化的后果也是上个世纪 90 年代之后开始显现出来的。其中，对于媒介研究的学者来说最为困惑的就是，媒介的功能发生了极大的变化，媒介和政府以及受众的关系也发生了极大的变化。媒介是更多地作为公共领域出现了呢，还是更多地受制于政府和企业了？媒介在培养民主社会的公民方面是做得更好了还是更糟了？媒介和社会的整体关系是更和谐了还是更恶化了？媒介是更独立了还是更没有自主性了？媒介是更有利于推动民主社会向一个美好社会（good society）方向发展了呢，还是媒介干脆放弃责任和理想，和大众犬儒主义同流合污，和政府、产业巨头共同歌唱这个“符号民主”（semiotic democracy）<sup>①</sup>时代的到来？

对于媒介研究者来说，种种困惑中最为困惑的应该是，对于这些变化的把握和描述，已经不再能够在简单的、非此即彼的二元对立的框架中得到有效的落实了。由此而产生的后果就是，对上述种种问题不但不会再有一种一清二白的答案，甚至上述的种种提问本身都可能遭到质疑。归根结底，1977 年《大众传播与社会》中建构的批判的马克思主义和自由多元主义的斩钉截铁的对立理论框架已然失效了，1980 年以降出现在英国乃至全球范围之中的媒介生态的种种变故及其后果根本已经无法在这个框架中得到安置了。

1991 年，《大众传播与社会》的编撰者詹姆斯·库兰和米切尔·古尔维奇（Michael Gurevitch）决定对这本畅销的教材来一个从头到底的大修订，结果就有了《大众媒介与社会》的第一版。全书的基本结构和主题仍然沿袭了原教材的面貌，无论是作为教材还是作为学术著作，对学生和研究者来说都有着很好的延续性。当然，教材的内涵发生了重大变化，即，对媒介生态整体把握的问题设置（problematics）和论述框架完全突破了过去模式。正如两位编者所意识到的：“如果仅仅是对那个版本做一番‘修订’，仍难以摆脱 1970 年代的研究模式或范式的窠臼，也难以体认到自那个年代以来发生在本研究领域中的非同寻常的变化。”<sup>②</sup>

① 多次出现在约翰·费斯克（John Fiske）1980 年代后期的写作当中。

② 《大众媒介与社会》第二版导言。

全新的《大众媒介与社会》教材就在批判的马克思主义与自由多元主义之间的不断妥协和“融合”的氛围中起航了。对该书的编撰者之一的詹姆斯·库兰来说，这种“融合”在十年之前根本就是不可想象的事情——马克思主义的知识传统已经在媒介与传播领域重新获得权威与主流地位，并且可以非常大度地容忍自由多元主义的媒介研究与其并立共存，前者对待后者基本上以一种胜利者的姿态出现。然而到了1990年代，从文化研究的追随者到政治经济学的坚定捍卫者，从霍尔（Stuart Hall）到戈尔丁和莫多克（Peter Golding & Graham Murdock），包括库兰本人，都从坚定的批判的马克思主义立场上做了退却<sup>①</sup>。更令人沮丧的是，这种退却，不但丧失了批判的马克思主义多年以来所秉持的总体性地把握世界的立场和方法，在结果上看起来还与他们的老对手自由多元主义所使用的研究方法乃至结论有颇多的相似之处；不无讽刺的是，几乎在同时，媒介研究中的多元自由主义者却在原有的乐观立场上往批判激进的方向迈出了“可喜”的一步，从布拉姆勒（Jay G. Blumler）到舒德森（Michael Schudson），他们对媒介作为“透明的”管道的信念倒是出现了动摇，从论调上和结论上都出现了折衷主义的痕迹（详见本书第7、8章）。面对这种貌似“融合”的种种迹象，詹姆斯·库兰不无哀叹地称之为“大众传播研究中的修正主义”。按照库兰的说法，如果1991年的《大众媒介与社会》第一版尚可以看作是“批判的马克思主义与修正主义者的”对峙的话，1996年第二版已经是修正主义的全面后果了；而到了2000年第三版时，我们可以看到：从批判的马克思主义与自由多元主义的二元对立框架被打破到修正主义浪潮袭来，无论是媒介研究者还是读者或学生，都已经经历了一种从追求总体性描述的确定性的期望，到这种期望为修正主义浪潮掀翻而产生不安，一直到人们习惯于这种暧昧的不确定性状况这样一个心理过程。

当然，不论是立场还是方法论上出现了什么变化，事实证明，本书的作者们抓到了媒介活动的重要性和实质性——作为一种日常伴随式的文化实践，媒介与我们社会的关系变得日益密切而复杂。他们的旨趣既是当下的又是超越的。他们的研究工作最后给整个社会理论（social theory）做出了贡献，而并不是某某学科。从学术作业的角度来看，这种跨越学科的胸怀和旨趣，才是最值得我们分享的。

全书各章翻译责任人如下：第1、2、3、4、5、6、7、9、11、18章，杨击；

<sup>①</sup> 参见詹姆斯·库兰《重估大众传播研究中的新修正主义》中译版，见张国良主编《中国传播学评论》第159-60页，杨击译，上海，复旦大学出版社，2005年。

第 8 章，杨击和丁未；第 10、15 章，洪兵；第 12 章，李书藏和徐李燕；第 13 章，李书藏；第 14 章，张军芳；第 16、17 章，张蓓；第 19 章，周葆华和沈菲；索引，李晓婷。由杨击负责统校。疏漏不当之处，请大家不吝指点。

2006 年 6 月

## 中译本序

詹姆斯·库兰

此刻给本书中文版写序，正好有特别值得欣喜的理由。三十年前，我与一位有中国血统的女士结了婚。三十前来，因为她，我有了很多中国亲戚，他们大多生活在浙江和湖北两省。不一定哪一天我的某个中国亲戚——也许是那位曾经住在我伦敦的家中，把普鲁斯特的《追忆逝水年华》从法文翻成了中文的中国侄子——就会读到这本书的中译本。无论如何，想到我总有机会碰到一两个翻看过此书中译本的熟人，快慰感陡然升起。相比先前已经出版的希腊文、韩文和日文各种版本，中文版给我带来的喜悦更加真实可触。

本书的前身是1977年出版的《大众传播与社会》(Mass Communication and Society)，那时候开放大学(Open University)领风气之先开设了媒介课程，《大众传播与社会》是该课程的教材。当时我们就有一个很明确的目标，挑战美国人把该学科限定为“传播学”(communications)——一种以社会科学为基础，对周遭世界持理所当然的认同态度；只关注各种零碎即刻的媒介效果的学科。我们试图拓展媒介研究的学科基础，将各种人文学科(尤其是文学研究)纳入其间；同时把媒介研究放置在一个更广阔的欧洲思想(包括马克思主义)的批判传统之上。该教材在英国多次重印，并被译成西班牙语在墨西哥出版，该教材的美国版也有多次重印。在出版商敦促之下，我们推出了第二版，并以《大众媒介与社会》(Mass Media and Society)作为新的书名。新书于1991年仍然由阿诺德出版社出版，与先前一样，同样分三个部分，但收录的是全新的文章。新书为自由多元主义和批判的/新马克思主义之间的争议提供了舞台。新书良好的读者反应和市场效应，使我们有了不断推陈出新的动力，1996年，正值媒介研究中“新修正主义”甚嚣尘上之时，《大众媒介与社会》第二版出版了。令人瞩目的是，很多基于左派立场的新生代作者攻击了激进的批判立场。在引发了饶有兴趣的争议的同时，新版书再一次在世界范围内得到了良好的销售业绩。

然而，到上个世纪末，当我们着手第三版《大众媒介与社会》时，我们感到

那种争议已经失去了意义。大家看到的这本书，仍然像它的前两版一样，试图涵盖媒介研究领域的主要话题。但是，本书定位在一个新的议程上——全球化和流行文化——显然这个领域中出现了很多令人感兴趣的研究成果。因此，这个第三版是以新鲜血液为主的：一共收入了 11 篇全新的著述，余下的旧文也都做了修订和更新。

我们特意把分析媒介和社会研究三个基本轴线的三篇文章放在本书的开端，即莫多克关于传播和阶级的关系、普雷斯从女性主义理论关照媒介以及甘地谈种族和媒介关系的论述。当然，从阶级、性别和种族的角度切入媒介与社会关系的讨论并不新鲜，但是三位论者都不同程度地援引了媒介研究之外的一些概念和框架，这些概念和框架具有丰富媒介研究的潜能。本书第一部分还沿用了第一版中的两篇文章——戈尔丁和莫多克从政治经济学的视角对媒介研究展开的讨论，以及斯雷伯尼对国际传播中所谓全球性和地方性之间关系的讨论；而库兰谈媒介和民主关系的文章的修订版让大家看到，当今学界观念和思想变换如此迅疾，要求作者对他的核心论辩做出多么大的重构。同样，布拉姆勒和古尔维奇的新作则讨论了如何修正政治传播研究中所使用的概念框架，以适应政治传播过程中社会、政治以及技术环境的深刻变化。

作为另一个趋势，即本书第二版所发展出的媒介研究和文化研究之间的联系，在这一版中得到了延续。令人好奇（也许并不令人惊讶）的是，新闻和文学虚构作品历来被当作相互分离的、几近对立的两种文类来对待，它们有各自的目标、遵循不同的路线。结果，对这两个不同文类的研究自然就受到不同范式的导引了。新闻学研究承认两种文类其实在讲故事方式上同根同源，已经是相当晚近的事了，即使对今天的新闻从业者和研究者来说，这种认识尚未得到普遍的认同。如今，探询新闻和非新闻作品之间在讲故事方式上的家族关系有了更为显著的理由——即使在新闻媒介自身内部，所谓的事实类和虚构类产品之间的界线日益模糊了。两者的合流是显而易见的，无论从横跨事实和虚构两端的媒介文类的激增来看，还是从媒介组织结构中新闻部门和娱乐部门的分工被忽视的迹象来看。由此，新闻生产和通俗文化生产的研究已经须臾不可分离了。本书不少篇章是讨论这些议题的，最为直接的就是麦克罗比、哈林以及杰拉蒂的文章了。

第三个主题，与新的传播技术所引发的种种后果有关，虽然在第二版中已经涉及，但第三版的讨论更加深入细致。与因特网的影响力相比，电视新闻的全球化（前一个版本中已经涉及）看起来像是个石器时代的话题了。斯帕克斯的文章是直接讨论因特网对传统报业的影响的，他提出，与大多数人的想象完全相反，



因特网复制并且加剧了报业的种种局限性。其他文章讨论了更一般的问题，比如新技术对娱乐生产、政治传播和文化身份认同所产生的影响等等（诸如弗里斯、布拉姆勒和古尔维奇以及内格斯和罗曼-维拉奎兹的文章）。

然而，一个可以贯穿本书始终的中心主题似乎还是那个老生常谈的全球化问题。我们重刊斯雷伯尼有关全球化争议的文章，是因为它仍然提供了一个清晰而有说服力的出发点。她把全球化看作是一种“范式转换……其间，种种国家社会学、民族文化或者全国性媒介模式的概念都不再能够被简单地有效使用了”。虽然鲜有例外，这一范式转化的程度仍存争议。李金铨等人的文章就显示，“不同国家的视角”在报道同一全球性事件时，仍然具有持续的重要性；罗维也指出，体育的全球化某种意义上却加重了民族主义的意识；达尔格伦则强调，当代对公民身份和公民文化的界定，也是持续地与国家相关。本书中还有一些对全球化的意涵颇为相反的评价，我们可以将他们划分为两个阵营——类似弗里斯和达尔格伦这样的作者，主要是从积极的意义上使用全球化这个术语的；而像内格斯和罗曼-维拉奎兹这样的作者正好相反，他们认为全球化无非是不平等的全球权力几何学的翻版。

在回应各种新的思潮的同时，我们也没有忽视媒介研究中的一些传统核心话题，诸如苏德森从社会学路径对新闻生产的梳理研究，哈林对商业主义和专业主义的讨论，李钦伯格为客观性的辩护，以及科纳重返经久不衰的媒介影响力的话题。

我们要感谢那些欣然应允替本书撰写新文的作者，也要感谢那些因前两版已为读者所熟悉的作者，他们不拂我们的恳请，依当下情形仔细修缮原作。我们衷心感谢阿诺德出版社的莱斯丽·里德尔，本书的责任编辑，没有她对这些文章价值的信任，没有她的坚持和决心，本书的第三版是无法面世的。