



▲ 国内首次对英国传播思想的有力探索；理性与雄辩并重，有相当学术价值，亦不乏阅读兴味；
“媒介与文化研究”（Media & Cultural Studies）领域中一次有价值的中文书写。

本书由上海市马克思主义学术著作出版基金资助出版

▲……杨击 著

传播 · 文化 · 社会

——英国大众传播理论透视

复旦大学出版社

本书由上海市马克思主义学术著作出版基金资助出版



传播 · 文化 · 社会

——英国大众传播理论透视

▲……杨击 著

復旦大學出版社

图书在版编目(CIP)数据

传播·文化·社会——英国大众传播理论透视/杨击著. 上海:
复旦大学出版社,2006.8
ISBN 7-309-05082-7

I. 传… II. 杨… III. 大众传播-理论研究-英国
IV. G219.561

中国版本图书馆CIP数据核字(2006)第079925号

传播·文化·社会——英国大众传播理论透视
杨 击 著

出版发行 复旦大学出版社 上海市国权路579号 邮编 200433
86-21-65642857(门市零售)
86-21-65118853(团体订购) 86-21-65109143(外埠邮购)
fupnet@fudanpress.com <http://www.fudanpress.com>

责任编辑 黄文杰
总 编 辑 高若海
出 品 人 贺圣遂

印 刷 上海第二教育学院印刷厂
开 本 890×1240 1/32
印 张 7
字 数 186千
版 次 2006年8月第一版第一次印刷
印 数 1—4 100

书 号 ISBN 7-309-05082-7/G·649
定 价 15.00元

如有印装质量问题,请向复旦大学出版社发行部调换。
版权所有 侵权必究

杨 击，复旦大学文学博士，复旦大学新闻学院副教授，复旦大学信息与传播研究中心副研究员，《中国传播学评论》副主编，《新闻大学》责任编辑。

主要学术兴趣：媒介与文化研究 (Media & Cultural Studies)。

主要关注界面：媒介体制、新闻话语、电影电视叙事等。

译有《大众媒介与社会》 (*Mass Media and Society*, 第三版, 华夏出版社), 撰有《理解霍尔》、《雷蒙·威廉斯与英国文化研究》等论文。

责任编辑 黄文杰
责编邮箱 fudannews@163.com
封面设计 马晓霞

试读结束：需要全本请在线购买：www.ertongbook.com

序一

张国良

一个有目共睹的事实是,经过 20 多年的辛勤建设,中国的传播学科已初具规模,成绩斐然。

杨击博士的这部专著(也是他的博士学位论文)的问世,恰好折射出几个侧面,可以印证上述事实:

一、从研究取向看,我们不再过于向美国的经验学派倾斜,而渐趋平衡,对美国以外的区域和流派,特别是以欧洲为代表的批判学派,也给予了应有的重视。

二、从研究水准看,往昔常见的浅尝辄止、“蜻蜓点水”式的介绍或译述文字,目前正越来越多地被较为系统、深入的论著所代替。

三、从研究队伍看,学历层次迅速提升,与此相关联,年龄构成则下降了,事实上,中青年的硕士、博士,已占多数。同样可喜的是,这批新生力量的学科背景、知识结构较为多样,适应了深化、优化研究的需要——仅以杨击为例,他的本科、硕士教育就分别来自新闻、文化专业,并从事了多年的电视编播工作,积累了丰富的媒介实践经验。

凡此种种,无不说明,中国的传播学界正在稳步地走向世界、走向前沿、走向成熟。

关于这部书稿本身的内容及其价值,理应由各位读者评判,我就不“越俎代庖”了,在此仅发表几点个人的感想,以供参考。其一,英国先哲的思想,在人类智慧宝库中的地位历来显赫,无可撼动。就传播领域而言,从密尔顿、洛克、密尔,到威廉斯、霍尔、麦奎尔,可谓源远流长、群星璀璨,但我们对这一宝贵资源的理解和使用,仍远称不上充分,在此意义上,杨击的劳作可说是一个良好开端;其二,英国传媒——以路透社、《泰晤士报》、BBC 等为代表的实践,也富有特色,尚有许多值得深入探讨的课题,包括其在世界中的位置究竟如何? 其与传播思想的互动关系究竟如何? 其三,英国的“他山之石”,对于当前中国的传播学和传播业的意义究竟何在? 显然,此类课题更切近现实,因而更可能引起学界和业界乃至政界的共同兴趣。

总之,我期待并相信,杨击博士和更多的同人,将合力把相关研究持续开展下去,不断为中国的传播学术殿堂增光添彩。

2004 年 12 月 27 日于沪上明珠苑

序二

黄旦

记得到上海滩后参加的第一场博士论文答辩,其答辩者中就有杨击。所以,他现在要出版的这本书——当时的博士论文,我早就先睹为快。

平心而论,英国的大众传播理论研究,绝不是一件轻松活。看起来这只是一种梳理,可是要知人论世,通过自己的理解,把千头万绪的资料一一归并指画,既显示其内在理路,又需展示原貌而不致曲解走形,谈何容易。更不必说这方面的资料以及研究,国内本来就很稀少。英国的传播理论交杂于其文化研究中,如果我没记错,国内对于英国文化研究的重视和比较有影响的介绍,大致是在2000年之后,杨击动手研究的时间当与之同步甚至更早一点,由此不仅可资借鉴利用的东西很少,甚至基本是从最基础做起,其难度可想而知。所以,在做论文期间,杨击专门去英国呆了4个月,耗费大量时间和心血收集并研读资料。正是有了这样的努力和艰辛,才有了这本书的质量保证。在物欲横流、学界时有躁动不安的今天,能有此种静心坚持的毅力,实在不易,尤其是作为一个年轻学人。

该书结构并不复杂。第一部分从英国的文化研究传

统入手,于宏观层面展现社会与媒介张力中的英国传播理论,揭示其内在独特的社会认识、基本前提和根本立场。第二部分则在媒介生产、文本和受众三者的关系架构中,集中考察几个主要的研究及其理论观点。这样的理路是否最合适,已超出了我的评判能力,想必读者自有眼光。我在此想说的是,在没有任何现成参照的情况下,杨击能够按照自己对英国大众传播理论的理解,并按其精神逻辑较清晰地一一展开,就足以显示他自己的学术能力和基础。

迄今为止,中国所谓的传播学,从研究视野到理论武器,基本上搬自美国的大众传播研究,大致就是拉斯威尔所创,经施拉姆体系化了的“5W”框架内的东西。稍微瞄一下目前诸种名目不一、内里大同小异的教材,对此就有深刻印象。的确,我国的传播学者们对法兰克福学派也是早有耳闻,可说来惭愧,不必说有分量的研究,哪怕是一个较为深入和完整的介绍,也是难得一见,倒是其他学科的学者,比如研究西方马克思主义的,为我们提供了众多不可缺少的知识和材料。至于英国的文化研究和传播思想,所知之少怕更是有过之而无不及。武断点说,中国大部分传播学者能说出点一二的,恐怕也就是费斯克。这里绝对没有任何轻蔑之意,只是对现状的一个如实描述。其实,这种知识和研究的浅薄,也包括我本人在内。正是因此,我对杨击这本书的出版,更是感到由衷的高兴,并且相信它对于弥补我们的不足,乃至开阔原有的知识和眼界,都会起到应有的作用。

似乎是与在西北工作过有关,杨击的书也比较大气,

但若严格要求,细密就略嫌不够,尤其是治学中必不可少的那种细品慢嚼、沉吟思索。比如他在该书的导言中说,至今没有一套现成的英国式传播理论可供我们观照、阐释,所以其切入点只能是英国文化的思想传统,这当然是完全正确的。但即便如此,我还是很想知道他自己分析叙述的逻辑起点,而不只是给我们一个较为笼统的所谓英国传播理论的总体特征,即“对媒介厕身其中的社会应该如何总是有一种不安的考量”。否则,全书的思路也许会更顺畅,展开的脉络可能更清晰,分析的深度说不定也因此而大大加强。

杨击对于理论有浓厚的兴趣,而且不喜欢做“快枪手”。虽然慢工之下未必就是细活,但以慢工为前提,就有出“细活”的可能。我不怀疑他的学术潜力,欠的只是火候。如果他能一如既往、全神贯注地按照自己的路子努力走下去,在现有基础上提高一步,奉献出更为精雕细刻之作,相信应该不是什么太难的事。

2004年12月于上海

自序

杨击

四年前的博士论文居然能够只字无损地拿来出版,要感谢上海市马克思主义学术著作出版基金的资助,也要感谢复旦大学出版社对出版学术著作的持久热忱。然而于我本人而言,不安与遗憾自不待言。虽说“痢痢头儿子自己爱”,论文的不周与纰漏也是心知肚明。尤其是有关传播与现代性的命题,当时曾经已经纳入论述范围,考虑到时间和能力的问题,我还是在开题答辩委员的建议之下,撤销了相关章节。现在看来,传播与现代性问题仍然是全球范围内值得关注的命题。尤其落实到中国语境,传媒产业化和集团化之途大有欣欣向荣之势,而反身考虑一下现代化与现代性之间张力的,寥寥无几。罔顾现代性当中的要素——保障公共性及追求美好社会(good society)的制度性机制——的恶果,在我们的传播现实中显现出来:中国媒体的身份危机、占据大量国有资源的中国媒体承担公共义务的能力急遽下降等等现象,已经成为中国媒介生态和符号环境中的重要病变症状了。好在论文中的不少篇幅,介绍了英国学者对 20 世纪 80 年代以来英国媒体大面积私有化、集团化的反应和评议,相信英国人对公共性的

那份现实主义的观照一定对我们有借鉴意义。

感谢本书责任编辑黄文杰先生和美术编辑马晓霞小姐,他们的编辑思想和读者意识,让我的笨拙的学术写作看起来有一丝新意。

本书献给我亲爱的姐姐杨晓玲女士、杨晓红女士、杨晓矜女士。

丙戌年盛夏于复旦书馨公寓

目录

导言	1
----------	---

第一部分

第一章 文化观念的嬗变展开了英国传统的传播	
理念	8
第一节 雷蒙·威廉斯对文化-文明传统的解读	9
第二节 用利维斯的方法反对利维斯主义	15
第三节 雷蒙·威廉斯对英国文化研究和传播 理论的贡献	20
第二章 批判方向的转变发展了英国的媒介文化	
批评	26
第一节 法兰克福学派批判理论的遗产	27
第二节 从审美到政治:当代批判理论转向的 唯一契机	33
第三章 意识形态的再发现开创了新的传播研究	
范式	48
第一节 霍尔对美国实证主义传播理论的批判	49
第二节 霍尔的媒介功能观:意识形态的角斗场	56

第三节 英国文化研究对传播理论的贡献 64

第二部分

第四章 媒介生产	72
第一节 从“出版自由”到“公共事业广播” 理念.....	73
一、对出版自由的反思与再评估	75
二、对争取出版自由历史的替代性解读	84
三、公共事业广播(Public Service Broadcasting)	95
第二节 文化工业:媒介生产的制度分析.....	105
一、媒介工业的基本特征	105
二、媒介工业体制私有化的后果	110
三、对重建公共事业传播体制的展望	116
第五章 媒介文本(有意义的话语)	126
第一节 内容分析方法的不足	127
第二节 电台广播的符号特征	137
第三节 电视符码的形态特征	145
第四节 意识形态的工作机制:以英国媒介中的 种族主义为例	156
第六章 接受分析	167
第一节 从“效果”到“使用”:早期英国传播 理论中的接受分析	167
第二节 莫利的受众研究:从实验室到家庭.....	175

第三节 伊恩·昂的《观看〈达拉斯〉》:在快乐中 解读	184
第四节 约翰·费斯克:两种经济与符号民主	190
结束语	198
参考文献	200
后记	206

人物插图目录

雷蒙·威廉斯(Raymond Williams)	10
瓦尔特·本雅明(Walter Benjamin)	35
保罗·拉扎斯菲尔德(Paul F. Lazarsfeld)	51
罗伯特·金·默顿(Robert K. Merton)	51
约翰·基恩(John Keane)	76
詹姆斯·库兰(James Curran)	85
尼古拉斯·加纳姆(Nicholas Garnham)	106
格雷厄姆·莫多克(Graham Murdock)	110
彼得·戈尔丁(Peter Golding)	117
约翰·哈特利(John Hartley)	134
斯图亚特·霍尔(Stuart Hall)	157
丹尼斯·麦奎尔(Denis McQuail)	172
大卫·莫利(David Morley)	176
格里格·费罗(Greg Philo)	182
伊恩·昂(Ien Ang)	185
约翰·费斯克(John Fiske)	191
安吉拉·麦克罗比(Angela McRobbie)	196

导言

实事求是地讲,并没有一套完整、现成的英国式的传播理论供我们去观照、阐述和援引。但是,自从20世纪60年代英国学界有意识地介入大众传播领域的各种研究之后,他们的问题设置(problematic),他们所征用的一些理论和方法却对整个西方的新闻传播学界产生了意想不到的影响。事实上,有些命题和方法的影响力已经超出了新闻传播学界,波及整个人文学科和社会科学领域。例如,几乎成为当今学界关键词的“公共领域”这一命题,一直是当代英国传播理论和实践中所关注的话题^①,而当今英国新闻传播学界对“公共事业广播”(Public Service Broadcasting)理念的推崇就是对“公共领域”概念的直接呼应;

① 雷蒙·威廉斯讨论的“传播与共同体”,就是对作为理想类型的“公共领域”的规定;对平民公共领域有说服力的研究,更是英国传播理论特有的贡献。虽然,哈贝马斯“公共领域”的理念很大一部分是建立在对18、19世纪英国的报业发展及其读者群的考察的基础之上的,但是,对平民公共领域的失察成为他后来被诟病的一个重要方面。参见雷蒙·威廉斯,《文化与社会》,第391—398页,吴松江、张文定译(北京大学出版社,1991年);詹姆斯·库兰和简妮·西顿,《不负责任的权力》,第5—28页(伦敦和纽约:劳特里奇出版社,1997年);哈贝马斯,《公共领域的结构转型》1990年版序言,以及正文第3章第8节,曹卫东等译(学林出版社,1999年)。