

媒介批评经典译丛

Media Analysis Techniques

Third Edition

媒介分析技巧

(第三版)

(美) 阿瑟·伯格 著
李德刚 何玉 董洁 周敏 译



清华大学出版社



媒介批评经典译丛

Media Analysis Techniques

3rd Edition

媒介分析技巧

(第三版)

(美) 阿瑟·伯格 著
李德刚 何玉 董洁 周敏 译

清华大学出版社

北京

内 容 简 介

本书阐释了四种媒介分析方法,思路清晰,是进行媒介批评的必备工具书。

Berger, Arthur Asa

Media Analysis Techniques, 3e

EISBN: 1-4129-0683-0

English Language edition published by Sage Publications of London, Thousand Oaks and New Delhi,

© Berger, Arthur Asa, 2005.

北京市版权局著作权合同登记号 图字 01-2010-2262 号

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

媒介分析技巧:第3版/(美)伯格(Berger, A. A.)著;李德刚等译.--北京:
清华大学出版社,2011.8

(媒介批评经典译丛/王君超主编)

书名原文:Media Analysis Techniques

ISBN 978-7-302-25845-2

I. 媒… II. ①伯… ②李… III. ①传播媒介—分析方法
IV. ①G206.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第113521号

责任编辑:纪海虹

封面设计:傅瑞学

责任校对:王荣静

责任印制:李红英

出版发行:清华大学出版社

地 址:北京清华大学学研大厦A座

<http://www.tup.com.cn>

邮 编:100084

社总机:010-62770175

邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 装 者:三河市金元印装有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:160×230 印 张:12.5 字 数:244千字

版 次:2011年8月第1版 印 次:2011年8月第1次印刷

印 数:1~4000

定 价:25.00元

产品编号:035576-01

总 序

媒介批评在美国被誉为“比登陆月球更重要”的事业，拥有悠久的学术和实践传统。我国的媒介批评在 20 世纪 70 年代由台湾学者引入，至 90 年代末、21 世纪初在内地风生水起。与台湾媒介批评的发展路径不同，大陆的媒介批评不是从译介西方原著开始，而是循着“会议研讨——专著启蒙——课程教育——社会普及”的轨迹向前发展的。至今，我国的媒介批评已经走过了启蒙或曰“概念推广”阶段，媒介批评的研究与实践方兴未艾，学术专著、书系和网络、期刊专题各呈一时之秀。但是环顾学界，尚缺少一套可供教学与研究参考的媒介批评译丛，客观上不利于拓展媒介批评的学术视野。

在全球化背景下，借鉴西方的媒介批评学术谱系的“他山之石”，对于构建有中国特色的媒介批评学体系不乏“攻玉”之效。以美国为例：美国的媒介批评教材一般将语艺（修辞）作为一项重要内容，而我国的媒介批评研究大多未有涉及；美国的媒介批评教学重视经典著作的研读，有的课程干脆开成了原著阅读与讨论课，而我国的媒介批评课程则多以讲授理论为主；美国大学的课程既有媒介批评（Media Criticism），又有新闻事业批评（Journalism Criticism）、传播批评（Communication Criticism）、电子媒介批评（Electronic Media Criticism）等细分的课程，我国的媒介批评课程与研究好像漫无边界、无所不包，举凡与批判理论和文化研究沾边的学问尽入彀中。如此一来就产生了两个“奇观”：一是编写媒介批评教材如同老虎吃天，无处下口；已有的教材也是“百花齐放”，各成一家之言。二是以批判研究为取向的人文学者，虽然背景各异，却不约而同地举起了媒介批评的大旗；而至于什么是媒介批评，则又人言人殊。

如此“奇观”倒也不奇。因为在任何学科开辟鸿蒙之时，都会出现类似的“理论内爆”景观；媒介批评队伍的壮大，则说明该学科具有独特的学术魅力，客观上也为该学科的发展积聚了人气。然而，我们应当明白：短路式的“内爆”会造成瞬间的意义消失；围观式的人气流瀑也无助于学科的深入发展。也许，在媒介批评学者荷戟彷徨的时候，在媒介批评研究高歌猛进的时候，正是需要反思媒介批评的本体与未来的时候。

其实，这种反思的声音早已不绝如缕地出现于各种研讨会。令从事媒介批评教研的学者普遍感到困惑的是：媒介批评是否应该有个定于一尊的体系？其核心理论架构究竟应当如何构建？媒介批评，究竟是西方的、中国的还是全球的？

为了扩大视野，本人从 2007 年赴美访学时开始，着手遴选了一批适合我国媒介批评课程参考的域外专著，今日得由清华大学出版社支持出版。选入本译

丛的专著具有以下几个特点：

一、近年来曾被美国高校相关院系列入必读书目，具有较高的知名度的经典著作。

二、除《媒介分析方法》一书的旧版曾被翻译成中文，此次遵作者嘱托重译外，其余均为在内地的首次译介。

三、对于内容大致相同的书目，根据我国高校媒介批评课程的实际情况，只选择其中一种进行翻译。

四、丛书涉及媒介批评的谱系、理论、历史与方法。各本自成体系，合起来共同构成宏观的媒介批评研究体系。

希望这套译丛的出版，有助于国内学界对媒介批评理论体系的宏观思考，有助于选修媒介批评课程的学子开阔视野，有助于媒介批评学科的完善。本书采取开放的编辑体系，欢迎有志于媒介批评著作译介的专家、学者加盟。

西方媒介批评经典译丛主编 王君超

2011年5月12日于清华园

第三版自序

本书与其他媒介分析方面的书籍有什么不同？这可能是你阅读本书之前会考虑的问题。我之所以会提出这个问题，是因为现在的学生都很忙碌，也很务实。所以你也也许会想知道为什么你应该阅读这本书。“我能从中收获什么？”是一个合情合理的问题，值得认真回答。

我为什么写这本书

我写本书第一版的目的是，为了改变与流行文化和媒介批评相关课程的教授方式。我希望能够赋予学生们自己分析媒介的能力，而不是把精力放在阅读其他人（教授和批评家）关于媒介的评论上。我关注的焦点是媒介自身的文本（text）（在专业术语中，节目、商业广告和其他独立的媒介内容都被称为“文本”）。当我们说“我要看电视”的时候，我们真正的意思是要看电视上特定的节目。有时，一些观众不停地用遥控器换台，实际上他们看到的是不同节目的片段集合。从某种意义上来说，他们看的不是特定的节目，而是电视机。但这并非大多数人看电视的方式。

因此，我用了几个章节来告诉读者们如何使用符号学理论、精神分析理论、马克思主义理论和社会学理论来分析和解释所有类型的大众媒介文本及其他类型的东西。本书的第二部分是对理论的应用，我会告诉学生们如何利用这些理论来分析不同的媒介文本。

有些教授喜欢在讲授媒介批评课程时运用相关的文集，这些文集是由教授和批评家的文章组成的。这是教授这类课程的一个不错的方法。但是我想给那些倾向于让学生自己分析媒介内容的教授提供一个可供选择的方案，尤其是考虑到（像我在第二版序言里提到的那样）批评和创新是一枚硬币的两个方面。

本版增加了哪些新内容？

在这一版中，我就第二版中已有的话题进行了进一步的讨论，对本书理论部分新增的主题加入了一些材料，这些材料能够提高读者分析大众媒介文本的能力。我在本书中用到的四个理论是非常复杂的，每一个理论拥有的相关文献都汗牛充栋。因此，我在该版本中，不得不把增加的话题限制在对实现本书目标发挥最重要作用的内容上。在某些情况下，那些被边缘化的主题，例如再现（representation）和后现代主义（postmodernism），如今已经成为学术热点，所以

我把它们加入到新增内容中。我还修改了关于政治文化和消费文化的内容，增加了诸如超真实、对话理论、神话和文化等新的主题。

我还增加了一章新的内容，是关于电子游戏的。电子游戏既是一个繁荣的产业，也是人们日常媒介消费中一种新的非常重要的艺术形式。在这一章中，我分析了几个关于电子游戏的重要方面，例如互动性和沉迷以及游戏所带来的社会、心理和文化影响。

《媒介分析技巧》第一版出版于1982年，如今它依然存在并且发行了第三版。事实证明，我利用分析方法来教授媒介批评的方式是可行的，令我非常开心的是世界各地的很多教授认为本书非常适合推荐给他们的学生。《媒介分析技巧》已经被翻译成意大利文、中文和韩文；书中的某些部分还译成了土耳其文，并且本书阿拉伯文版也已经被提上日程。它还有可能被译成了未经我和出版商允许的其他语言文字。

我始终认为，对于使用本书作为教材的学生们而言，有趣的期末考试应该由两部分组成。第一部分，让学生们看一个电视节目或者电影，然后要求他们对刚刚看过的文本进行四次不同的分析——每一次使用《媒介分析技巧》中的一种理论。第二部分，让学生们讨论一下他们认为对该文本的四种解读方式哪一种最有趣、最令人满意、揭示了更多的东西。

我的读者朋友我希望你会发现你为这本书所花费的时间和精力是值得的，希望你通过阅读本书对如何理解媒介以及其他现象有了新的想法。学会分析方法的基本概念之后，你就能够运用它做各种各样的事情。学会了书中的四种分析方法，你就可以分析大千世界中的任何事物！

第二版自序

第一版《媒介分析技巧》于1982年面世,1991年修订本出版。此书缘起于我的一个想法,即可以将分析素材汇聚起来,让学生能够对电影、电视节目、广告和MTV乃至任何事物做出自己的评价。让我感到非常幸运的是,Sage出版公司的编辑们对此深表赞同。因此,便有了此书的付梓。得知很多学生受益于此书时,我感到非常欣慰。

为什么要了解批评?

有时很多学生问我,为什么他们在选修“实践课”——播音课或者节目制作课的时候还要学习媒介分析课?我解释说,批评和创新是同一枚硬币的两个不同方面。创意工作者(导演、艺术家、音乐家、演员等)必须能够对自己的行为做出分析判断,他们需要懂得自己工作成功的原因,也要清楚如何才能避免重犯错误。

假若你是一名创意型艺术家,而你却不了解你所做的事情,那么,你所做的每一件事都是一种偶然。这也是艺术家要研究艺术史及拍电影的学生要学习电影史和电影理论的原因。正是理论推动着实践——艺术领域和工业领域都是如此。

多年以来,我所在的系每年都要召开大型的媒介学术研讨会,届时会邀请广播电视媒介及相关领域的专家为学生们作专题报告,也会邀请业界较为成功的毕业生返校作演讲。值得注意的是,很多毕业生都提到自己刚参加工作时的震惊,他们无比诧异:媒介分析课是他们所学的最重要的三门课程之一(顺便说一下,另外两门课程是美学和美学研究。请那些只想学播音或节目制作的同学读读这段,痛哭吧!)。与此相一致,如今工作在广播电视及相关产业的我们毕业的学生们,也说在媒介分析课和其他几门理论课上所获得的知识,是他们整个受教育过程中对未来工作最有帮助的部分。任何人都能学会操作摄像机,关键是用摄像机来干什么。

本版增加了哪些新内容？

在这个版本中，我修订并加强了上部关于方法论的研讨，在下部中新增加了有关广告的内容。很多教授已经使用过或正在使用本书的第一版和修订版，他们在使用过程中也提出了许多非常有价值的建议，在此我对那些不知名的评论家们致以深深的谢意。在他们的建议下，我为本书充实了更多的内容：本书使用过的术语构成的术语表；每一章的学习疑问和讨论题；用一个新章节专门进行游戏、训练和活动；大量的让本书更具视觉冲击力的新插图。我希望在修改后，读者能够感觉到这个版本比前面的版本更有帮助，也更为实用。

本书第一版已经被翻译成意大利文、中文和韩文（它也可能被翻译成了其他的文字，但我尚不了解——直到我应邀去台湾参加一个学术研讨会时，我才知道本书已经有了中文版本）。一位为本书意大利文版写序的人说，本书是中学生的良师益友。有教授告诉我说，他们在研究生研讨课上使用此书。当然，本书也在许多其他方面被人们广泛使用着。

我希望这个新版本能够帮助读者对符号学理论、精神分析理论、马克思主义理论以及社会学理论有足够的了解，让你能够做出自己的媒介分析和媒介批评。如果你能做到这一点，那么，我的目的就达到了。

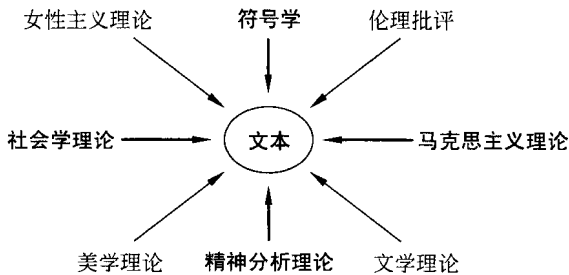


图 0.1 文本阐释的各种方法

目 录

第一部分 阐释技巧篇

第 1 章	符号学分析	3
3	学科简史	
5	意义问题	
7	符号	
9	符号的形式	
11	符号与真相	
12	超真实	
12	语言与言说	
13	内涵与外延	
15	共时与历时	
16	组合分析	
19	聚合分析	
21	互文性	
22	对话理论	
23	隐喻与转喻	
24	符码	
26	电视媒介的符号学	
27	对符号学分析的若干批评	
28	电视符号学分析要点一览	
29	讨论题	
29	参考文献	

第 2 章 马克思主义分析 35

- 35 唯物主义
- 37 基础与上层建筑
- 38 虚假意识与意识形态
- 40 阶级冲突
- 42 异化
- 44 消费社会
- 47 资产阶级的英雄
- 48 霸权
- 50 媒介兼并的问题
- 51 教条化的危险
- 52 格栅—群体分析
- 54 后现代社会中的马克思主义批评
- 55 讨论题
- 55 参考文献

第 3 章 精神分析批评 59

- 59 潜意识
- 61 性欲
- 63 俄狄浦斯情结
- 65 神话的重要性
- 66 本我、自我和超我
- 68 象征
- 69 防御机制
- 71 梦境
- 73 凝缩和转移
- 74 侵犯与犯罪
- 75 荣格精神分析理论

- 78 精神分析之于媒介：一点告诫
- 79 讨论题
- 79 参考文献

第 4 章 社会学分析 83

- 84 埃米尔·涂尔干关于人的社会属性的看法
- 85 基本概念
- 97 使用与满足
- 102 内容分析
- 104 讨论题
- 105 参考文献

第二部分 应用篇

第 5 章 《东方快车谋杀案》 111

- 111 设置悬念
- 113 作为符号学家的侦探
- 113 社会维度与政治维度
- 114 作为革命家的波洛
- 115 讨论题

第 6 章 橄榄球比赛面面观 117

- 117 橄榄球是一种符号游戏
- 118 即时回放与现代敏感性
- 119 橄榄球使我们社会化
- 120 棒球为什么乏味？
- 121 橄榄球是宗教的替代品
- 122 马克思主义的视角
- 123 橄榄球与心灵

125 结论

125 讨论题

第7章 缠蛇少女——对一则平面广告的诠释 127

127 符号中的符号：应用符号学的入门

129 天堂少女：案例分析

132 斐济香水广告的聚合分析

133 斐济香水广告的心理分析层面

134 保持身体湿润与焦虑的关系

135 对香水与焦虑的终评

136 讨论题

第8章 全新闻电台与美国资产阶级 139

139 新闻与异化

140 新闻与统治阶级的思想

141 广告与焦虑

141 进退失据

142 讨论题

第9章 电子游戏：一种新的艺术形式 145

146 电子游戏是一种艺术形式还是一种媒介？

147 新技术与电子游戏

148 简妮特·穆瑞关于游戏互动和游戏沉迷的论述

149 电子游戏与成瘾

150 电子游戏与暴力问题

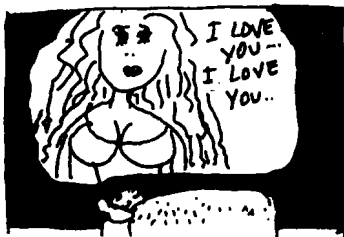
151 电子游戏引起的社会问题和生理问题

151 电子游戏与性

152 结论

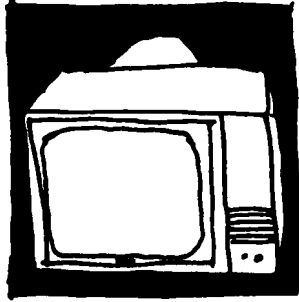
153 讨论题

后记：什穆与分析	155
156 讨论题	
附录 模拟、活动、游戏与训练	157
157 对一个故事的解剖	
158 聚合分析	
159 梦的解析	
160 撰写一个医疗童话	
160 起源故事	
161 广播剧本	
161 电视叙事分析	
162 普罗普游戏	
163 隐喻	
165 广告分析	
165 玩阿伦·维尔达夫斯基游戏	
术语表	167
参考文献	179
关于作者	183



第一部分
阐释技巧篇





欧式符号学(semiology)即有关符号的科学,此术语由瑞士语言学家费迪南·德·索绪尔(Ferdinand de Saussure)提出。另外一种关于符号的科学——美式符号学(semiotic)则由美国哲学家查尔斯·桑德斯·皮尔斯(Charles Sanders Peirce)首次进行详尽的阐释。符号学(semiotics)现在通用于这两个体系。它关注的是意义在“文本”(电影、电视节目以及其他艺术作品)中的产生方式。本章在讨论符号学几个最重要的概念与相关问题之后,将其应用于一个电视节目片段中进行分析,最后探讨符码(code)、公式(formula)以及电视“语言”。

第1章 符号学分析

要向那些对符号学一无所知或略知一二的人们解释符号学的含义,并指出符号学怎样应用在电视和大众文化之中,总是让我心中充满忧虑。我并不能确定符号学是否就是一门科学,一场运动,一种哲学,或是一种膜拜的宗教。我只清楚这门学科文献丰富,而且仍然在急速膨胀,同时许多符号学家的著作高度专业化,晦涩难懂。

因此,我的任务就具有相当的挑战性——我不仅要解释清楚符号学的基本概念或要素,而且我还要将这些概念应用在电视与电视制作,以及一般的大众文化分析中。这项任务虽然庞大,但我认为可以完成。

要完成这项任务,我必须付出的代价就是简化和缩小重点。我将阐释符号学的基本原理,讨论几种基本应用方式。我希望对符号学有兴趣的人,在读完本章内容和注释的目录之后,能在自己的业余时间进行更深层的探究。

学科简史

虽然长久以来,一直有人关注符号和符号沟通的方式[中世纪哲学家约翰·洛克(John Locke)和其他人就已经注意到这一问题],但现代符号学分析的创立者有两人——瑞士语言家费迪南·德·索绪尔(Ferdinand de Saussure,1857—1913)^①和美国哲学家查尔斯·桑德斯·皮尔斯(Charles Sanders Peirce,1839—

^① 费迪南·德·索绪尔(Ferdinand de Saussure,1857—1913),瑞士语言学家,现代语言学奠基人。1857年出生于瑞士日内瓦。其成名作是1878年发表的《论印欧系语言原因的原始系统》。1913年他的学生根据笔记整理成《普通语言学教程》一书。这是一部具有划时代意义的著作,为语言的研究和语言学的发展奠定了科学基础,对语言学的发展产生了深刻的影响,被人们称之为“现代语言学之父”。索绪尔语言理论以语言和言语的区分为基础,认为语言学只能“就语言而研究语言”,排除任何非语言因素的干扰;而就语言来说,必须区分共时与历时,语言学只研究共时的语言系统,排除任何历时因素的干扰;而就共时的语言系统研究来说,只研究形式,不研究实质,“语言是形式,不是实质”的论断就是这一思想的集中体现。所谓语言形式就是组合关系和聚合关系。因此,组合关系和聚合关系就是索绪尔语言理论的核心。索绪尔语言理论的影响不只限于语言学,现代人类学、精神分析学、文学、哲学、戏剧等多个领域都受到它的深刻影响。——译者注