



未名社科·媒介与社会丛书（翻译版）

Critical Communication Studies

Communication, History and Theory in America

传播学批判研究

美国的传播、历史和理论

〔美〕汉诺·哈特（Hanno Hardt）著 何道宽 译



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

Critical Communication Studies

Communication, History and Theory in America

传播学批判研究

美国的传播、历史和理论

〔美〕汉诺·哈特 (Hanno Hardt) 著 何道宽 译



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

著作权合同登记号 图字:01-2007-5231 号

图书在版编目 (CIP) 数据

传播学批判研究: 美国的传播、历史和理论/(美) 哈特著; 何道宽译.

—北京: 北京大学出版社, 2008. 12

(未名社科·媒介与社会丛书)

ISBN 978-7-301-14692-7

I. 传… II. ①哈… ②何… III. 传播学—研究—美国 IV. G206

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 188598 号

Critical Communication Studies: Communication, History and Theory in America by
Hanno Hardt

Copyright © 1992 Hanno Hardt

All Rights Reserved. Authorized translation from the English language edition published by
Routledge, a member of the Taylor & Francis Group.

Copies of this book sold without a Taylor & Francis sticker on the cover are unauthorized and
illegal.

书 名: 传播学批判研究: 美国的传播、历史和理论

著作责任者: [美] 汉诺·哈特 著 何道宽 译

责任编辑: 徐少燕

封面设计: 高海云

标准书号: ISBN 978-7-301-14692-7/G·2521

出版发行: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区成府路 205 号 100871

网 址: <http://www.pup.cn> 电子信箱: ss@pup.pku.edu.cn

电 话: 邮购部 62752015 发行部 62750672 出版部 62754962

编辑部 62765016/62753121

印 刷 者: 北京汇林印务有限公司

经 销 者: 新华书店

730 毫米×980 毫米 16 开本 17.5 印张 295 千字

2008 年 12 月第 1 版 2008 年 12 月第 1 次印刷

定 价: 32.00 元

未经许可, 不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有, 侵权必究

举报电话: 010-62752024 电子信箱: fd@pup.pku.edu.cn

总 序

媒介是神奇的,社会也是神奇的,媒介与社会的耦合生产出无限的神奇。从涂尔干《宗教生活的基本形式》关于“社会”与唤起社会意识的符号与仪式共生的理论来看,媒介使社会显得神奇的过程也造就了自身的神奇。

人类在现代大众传播成为现实之前对于“神奇”的感知是经由巫师及其巫术的转化来实现的。澳洲土著在图腾舞蹈的狂热中感受到超个人的社会力量的存在。满身披挂的萨满用舞蹈和神歌请灵降神,让已经消逝的显露原形,让凡人通常不可见的显现真身,让千山万水之遥的即刻大驾光临。借助巫术,时间和空间的障碍可以暂时克服,过去的、未来的都可以在现实中出现,墓室中的、仙山上的都可以召唤到面前。

这些神奇经验在现当代越来越彻底地被大众媒介所造就,电视、网络等图像传输技术在其中发挥着关键作用。大人物像变戏法一样总跑到百姓居室内高谈阔论,历史的亡灵在荧屏上招之即来,挥之即去。媒介使常人具有千里眼、顺风耳,看见那原本遥不可见的,听清那从前根本就听不到的。媒介是神奇的,它在社会中的运行有如巫术。几百年的现代化对世界“祛魅”,结果我们看到人类社会所集聚的全部的“魅”都汇聚于媒介,并被媒介无限放大。

长期耳濡目染,媒介的神奇人们已经习以为常了,就像前现代的人对巫术习以为常一样。但是,这个过程一直都是知识界探讨的课题。现代大众媒介的各种新形式从一开始出现的时候就会被知识界作为新事物加以关注。从较早的照相、无线电广播到电影、电视,再到近年的新媒介传播,关于大众传媒研究、文化研究、虚拟社会研究的知识生产就一直紧随媒介发展的步伐。媒介研究在发达国家已经形成庞大的群体和细密的分工,这个群体既能够追逐传播领域的新事物,也能够通过专业的眼光让人们习以为常的许多方面显出怪异来,从而引发众人的注意和分析的兴趣。

我们国内的媒介研究在这两个方向上都需要培育自己的能力。

依靠现代大众媒介运行的社会是一种机制极其不同的社会,中国社会正在越来越深地涉入其中。

高科技媒介的威力以不断增强的方式发挥出来,世界虽然还成为不了地球村,但是人与人之间的联系方式、人与各种层次的共同体的联结机制都发生着变化。

社会因媒介成为可能,因新媒介而成为新的可能。社会是个人之间相互挂念、相互意识到而成为可能的。在短暂的一天和有限的一生里,个人在多大范围里意识到多少他人的存在、记挂多大范围的他人,这是靠媒介运作的结果。基于集体意识和共同想象而形成内在联系的社会,是存在于媒介(运作)中的。在中国境外的许多城市,华人移民在本地新闻中看到唐人街的春节表演而确证自己与华人群体的认同,全世界的中国人因为春节文化的展演而想象自己属于一个十多亿人口的共同体。网络新媒介创造了新的人际联系方式,虚拟社区借助新媒介产生出来,人们之间隔空互动,与传统真实意义上的面对面交流的主要差别只是不能“臭味相投”而已。

媒介见证社会实体的存在。人类共同体因为联合国的新闻、国际救灾行动的画面而被呈现;国家共同体因为制造媒介事件的奇观(spectacle)而被世人记住;地方共同体因为地方风物、特产或节庆被传播而知名;行业罢工、同性恋群体因为游行的极端表演而受注意。优势的存在是在媒介中具有正面形象的实体。

媒介见证社会力量的博弈。各种社会力量要竞争,最好的方式是围绕媒介、借助媒介展开能见度高的竞争,展开正面形象的竞争。国际政治的软实力、国内政治的亲民形象、商业竞争的名牌效应、文体明星的商业价值……都是靠媒介的舞台定位的。社会力量竞争的王牌是通过媒介制造“奇观”,造成举世瞩目的效果。制造“9·11”事件的组织选择纽约世贸大厦为目标,是因为他们不仅要使行动成为媒介事件,而且还要使媒介事件具有奇观效应(spectacularity);美国占领伊拉克,对媒介画面进行筛选,突出精确打击的画面,限制伊拉克平民死伤的画面,既在避免负面效果,也在凸现战争奇观。强势的社会力量是媒介中的主动力量。

媒介毕竟是社会的媒介。媒介为社会中的人所运用。人具有神性和魔性。社会既是温情的港湾,也是邪恶的渊藪;社会既以公正相标榜,也以不平等为现实。运行于社会中的媒介也兼具人性和社会的两副面孔。

媒介制造人间奇迹:新闻报道能够让尼克松总统下台,能够让孙志刚事件改变弊端连连的城市收容制度,能够让绝望中的重症患者借助社会力量得到救治……媒介也产生遗憾和问题,媒介暴力、媒介色情、媒介偏见一直层出不穷。

媒介是社会的舞台、社会的缩影,媒介本身就是社会。媒介被政党看作一个特殊的战线,一个意识形态斗争的领域。主导的力量会设法控制公共舆论的导向和社会议题的设置,其他的社会力量或附和、追随,或批评、抵制。弱者有弱者的媒介武器和媒介阐释策略。沉默或参与,是一次选择。参与而主动解码,借题发挥,进而用反讽来消遣权势,则潜藏着无数持续的选择。大众媒介在社会的运行中产生着层出不穷的问题。

媒介不仅是信息、思想、政治,也是经济。从事媒介行业的人也是经济动物,媒介也是经济利益的集散地。媒介造就百万富翁、亿万富翁,造就中产阶级,造就报童、报摊,当然也造就自己的消费者群体。这是一个不断膨胀的产业。新媒介成为新的产业,往往使原有的一切产业具备新的形式和运作机制。媒介产业是其他产业发展的助推器。世界是人的天地,也是产品的库房。产品世界的秩序是由媒介按照品牌进行编码和排列的,从而形成“物的体系”,以此支撑着人的世界成为一个多样而有序的“消费社会”。

媒介是一种信息产业,是一个经济领域的范畴。媒介又是现代文化,因此媒介作为经济就应该更加准确地被称为文化经济(文化工业)。媒介卷入的是共同体集体利益和共同体内部的利益、地位、声望的分配问题,因此媒介涉及的问题是政治经济学的问题。这些问题在社会博弈过程中消长,媒介成为社会进步的助力,有时也为社会制造解决问题的障碍。媒介与社会,纠缠着人类伟大的成就和太多的问题。凡此种种,我们就让有心人、术业有专攻的人去一一论说其中的究竟吧。

是为序。

高丙中、杨伯渝

2007年8月,北京大学

译 序

一、三分天下

美国是实用主义的故乡,诞生于斯的传播学自然就要沿袭实用主义的治学传统,所以美国主流的传播学派顽固地坚守经验主义、实证主义和量化研究的路子。传播学的先驱之一拉扎斯菲尔德将其命名为行政研究,他那被人广泛征引的《论行政和批判传播研究》(“Remarks on Administrative and Critical Communications Research”)的文章就是这个经验学派的宣言书。美国传播学的思想源头是 19 世纪中叶兴起的、由查尔斯·皮尔斯和威廉·詹姆斯开创的实用主义;传播学思想的滥觞之地是芝加哥社会学派,该学派的几代代表人物有杜威、查尔斯·库利、乔治·赫伯特·米德、阿尔比昂·斯莫尔、罗伯特·帕克、赫伯特·布鲁默、欧文·戈夫曼等,他们的研究重点各有不同,但都从不同角度对传播和媒介研究做出了贡献。与此相似,稍后兴起的哈佛社会学派以及施拉姆奠基的伊利诺伊传播学派、拉扎斯菲尔德领衔的哥伦比亚传播学派也始终沿袭实用主义、行为主义和功能主义的路子。

第二次世界大战期间正式诞生、战后由威尔伯·施拉姆钦定的美国传播学具有明显的热战背景和冷战背景,其首要关怀是宣传、说服、舆论、民意测验、媒介内容、受众分析和短期效果,其哲学基础是实用主义和行为主义,其方法论是实证研究和量化研究,其研究对象是宣传、广告和媒体效果,其服务对象是现存的政治体制和商业体制。

第二次世界大战以后一波又一波引进美国的马克思主义的和非马克思主义的批判理论对既存的美 国体制产生了强大的冲击,这些批判高扬意识形态的旗帜,因不服水土,故只能够在高校和文人的圈子里产生影响。况且马克思主义本质上和“美国主义”格格不入,所以马克思主义的批判理论难以在美国产生持久的影响。

真正摆脱服务现存体制、解放传播学的却是以麦克卢汉为代表的北美传播学的第三学派——媒介环境学派。哈罗德·伊尼斯批判英帝国和当代资本主义在空间上的极度扩张,警惕美国文化对加拿大文化的负面影响,唤醒政府和民众抵制美国的文化霸权。

1951年,麦克卢汉用《机器新娘》对美国文化的种种弊端和广告的“洗脑”本质进行辛辣的鞭笞。20世纪60年代,他又以堂吉诃德的勇武单挑美国的主流传播学,把传播学从体制和书斋里解放出来。

1970年,尼尔·波斯曼接受麦克卢汉的建议,在纽约大学创建媒介环境学的博士点,高扬人文主义和道德关怀的旗帜,深刻反思当代美国社会的弊端,严厉批判技术垄断,揭示电视文化和通俗文化的负面影响,把美国传播学的批判意识提高到自觉的高度。他的媒介批评三部曲《技术垄断》、《娱乐至死》和《童年的消逝》把美国传播学的评判研究推向了一个新的高峰。

经过媒介环境学派三代学者的努力,这个以人、技术和文化的三角关系为研究重点、以泛环境论著称的学派日益壮大、走向成熟。1998年,媒介环境学会的成立是这个学派成熟和身份自觉的里程碑,它随后的迅速发展使之能够问鼎北美传播学的核心,这就有力地矫正了行政学派独霸、批判学派式微的局面,为传播学研究开辟了一方新的天地。

二、批判研究与批判学派

批判研究是美国社会科学的悠久传统,批判学派却是欧洲的舶来品,批判研究和批判理论构成本书的两大主题。汉诺·哈特的这本《传播学批判研究:美国的传播、历史和理论》全面而细腻地梳理了美国传播学批判研究的历史和理论,内容翔实、涵盖面广,包括本土生长的批判思想、引进的马克思主义批判思想和非马克思主义批判思想,下限为20世纪90年代初。其最大贡献是追溯美国本土的非马克思主义批判思想,同时又逐一点评了第二次世界大战以后输入美国的形形色色的批判理论。

哈特这本书区分美国本土的评判传统和外来的批判理论。本土的评判传统包括实用主义、自由主义-多元主义、社会批评和媒介批评的评判传统。引进的批判理论包括法兰克福学派、英国文化研究学派和法国结构主义等学派。女性主义则是欧美共同的批判思潮。

三、术语辩证

通观全书,读者几乎见不到“传播学”一词的影子,这是因为作者喜欢用“传播研究”、“传播与媒介研究”、“传播研究领域”、“传播与媒介研究领域”这样的短语;这样冗长的表述读起来不痛快,会给读者造成拖沓的感觉,译者亦有这样的感觉,但无可奈何,大多数情况下我们的翻译只能忠实于原文。译者猜想,哈特教授之所以选择这样的表述,可能有几个原因:(1) 思想深处未必肯定传播学是一门成熟的学科;(2) 本书重点不是研究传播学的学理,而是该领域批判思想的历史;(3) 他写作的风格比较迟滞,不像一般美国学者的那种行云流水的文风。然而,为了减轻中译本读者的负担,我们偶尔不得不用简洁的“传播学”三个字取而代之。不过必须赶紧说明的是,这种表面形式上的“背叛”在精神上却是忠实于原文的。

在“序言与致谢”里,作者对冗赘术语的选择作了两点说明和辩证,这也许是他对行文拖沓的自我辩解吧。

本书最重要的三个术语是“实用主义”、“批判理论”和“文化研究”,由于它们专指而排他的属性,作者用大写字母予以表现,分别为 Pragmatism、Critical Theory 和 Cultural Studies。“实用主义”专指 19 世纪兴起的美国的、以查尔斯·皮尔斯和威廉·詹姆斯为代表的独特的哲学流派;“批判理论”专指以法兰克福学派为代表的西方马克思主义理论;“文化研究”专指以英国伯明翰学派为代表的西方马克思主义理论。作者的表述是:“Pragmatism、Critical Theory、Cultural Studies 这几个术语用大写,意在说明其哲学意义或理论意义。Critical Theory 指的是法兰克福学派,Cultural Studies 指的是伯明翰文化研究中心的成果。”(第 xv 页,译序引语的页码均为原书页码,下同。)

四、群星扫描

本书介绍的实用主义大师有查尔斯·皮尔斯和威廉·詹姆斯,他们是 19 世纪实用主义哲学的创始人;也有后继的约翰·杜威和乔治·赫伯特·米德,他们是 20 世纪上半叶名重一时的大家。他们首创的传播思想有:个人在社会里的作用、社区作为共享经验的重要性以及民主生活方式的

可能性。他们都进行社会批评,但实用主义和自由主义-多元主义都赞赏工具价值和功利价值,其根基是相信美国现有的社会体制永存,是引以为自豪的“美国主义”,所以美国的实用主义、自由主义-多元主义和功能主义是不太激进的批判理论,也不是彻底的批判理论。

除杜威和米德之外,芝加哥社会学派的代表人物还有查尔斯·库利、阿尔比昂·斯莫尔、罗伯特·帕克、赫伯特·布鲁默、欧文·戈夫曼等。他们的共同点是强烈的社会关怀,主张比较激进的社会改良,批判经济不公和社会不公。该学派在传播思想领域的突出成就有符号互动论。关于芝加哥学派的批判传统,学界新秀胡翼青的《再度发言:论社会学芝加哥学派传播思想》就专辟一节进行论述,读者可以参考,此不赘。

紧接着芝加哥社会学派兴起的社会学的功能主义和传播学行政学派也继承了社会批评的传统。哈佛大学的塔尔科特·帕森斯和哥伦比亚大学的罗伯特·默顿、查尔斯·赖特和阿尔文·戈尔德纳是功能主义社会学派的主将,保罗·拉扎斯菲尔德是传播学行政学派的主帅。

稍后,威尔伯·施拉姆创建传播学,并确定拉扎斯菲尔德、勒温、拉斯韦尔与霍夫兰为“美国传播研究之父”。和这四位先驱一样,施拉姆也坚定地偏向定量研究,旗帜鲜明地为现存体制和商业利益服务。施拉姆不断出版教材,借以界定传播研究的领域。拉扎斯菲尔德以管理型的学者面目出现,长期统筹哥伦比亚大学的传播学研究。他和批判学派的代表人物西奥多·阿多诺有过密切的合作,却不欢而散,因为他把自己的批评限定在现存体制之内。所以他说:“本国大多数批评家都有一个突出的特点,他们多数人想要让自己的批评限定在当前广播业的框架里。”(第104页)他和批判学派学者们有一些接触,但他不进行认真的交流和争论,始终和他们保持着一段安全的距离。他的批判研究在理论上和实践中都囿于社会科学传统的资产阶级语境,既没有建立在马克思主义的社会批评上,也没有建立在美国传统的社会批评上。

伯纳德·贝雷尔森肯定了20世纪50年代和60年代传播学研究那一段“杰出的历史”,他分析从中产生的历史路径(戴维·里士曼、哈罗德·伊尼斯)、新闻学视角(施拉姆、拉尔夫·凯西、雷蒙德·尼克松)、数学视角(克劳德·香农、沃伦·韦弗)、社会心理学视角(查尔斯·奥古德、G. 米勒)和精神治疗视角(J. 卢施、G. 贝特森)。汉诺·哈特认为,贝雷尔森漏掉了其他领域比如人类学、语言学和文学对传播学做出的贡献。哈特着重补充介绍的学者有肯尼斯·伯克、修·邓肯和C. 赖特·米尔斯。

哈特教授详细介绍了法兰克福学派的批评家,包括第二次世界大战以后离开美国的流亡学者、移居美国的学者和该学派的第三代传人哈贝马斯。他们是:霍克海默、阿多诺、马尔库塞、洛温塔尔、赫伯特·席勒、路易·阿尔都塞和沃尔特·本雅明。书中篇幅不少,容不赘述。

在哈特笔下,英国文化学派的重量级人物爱德华·汤普森、雷蒙德·威廉斯、斯图尔特·霍尔、理查德·霍加特、约翰·费斯克都浓墨重彩地一个接一个登台亮相。这个学派的输入推动了美国传播理论的突破,使美国传播学界的批判意识再一次提高。

本书还介绍了美国本土涌现出来的“左派”批评家诺姆·乔姆斯基和爱德华·赛义德,但他们究竟在多大程度上影响了传播研究还不是很清楚,尚待研究。

进入作者视野的女性主义批评家有卡罗琳·拉马詹诺格鲁、南希·弗雷泽、拉娜·拉考、帕梅拉·克里登、布伦达·德温、莱斯莉·史蒂夫斯、安·卡普兰、凯瑟琳·麦金农等。

哈特最推崇的具有文化批评意识的北美传播学家依次是詹姆斯·凯利、哈罗德·伊尼斯和马歇尔·麦克卢汉。他说:“美国传播研究里的文化研究路径扎根于美国实用主义和进步主义的史学家之中;它还通过哈罗德·伊尼斯和马歇尔·麦克卢汉的技术决定论找到了自己的路子;它还参考了克利福德·吉尔兹的人类学思想,吉尔兹思想的重点是作为符号系统的文化;近年,文化研究还参考了理查德·罗蒂的新实用主义。美国文化研究的杰出代表是詹姆斯·凯利。”(第198页)

凯利探讨了美国文化研究和美国实用主义这两种传统的影响,他感受到人们对文化研究形式的强烈抗拒,深刻地体会到美国人对实用主义的热爱和对马克思主义的恐惧;因为文化研究反映了新马克思主义对权力和意识形态的批判,所以他们不会由衷地欢迎英国人的文化研究。

凯利区分传播的传输功能和仪式功能,把仪式功能作为文化研究的突破口,这使他有别于以前的传播学家。

哈特对伊尼斯有所忽略,其实早在20世纪50年代初,伊尼斯就用《帝国与传播》和《传播的偏向》这两部专著旗帜鲜明地批判英帝国和西方在空间上的极度扩张,批判西方学科分割的大学教育体制。

哈特用大段篇幅介绍麦克卢汉:“麦克卢汉声名的崛起必须被看作传播研究史的重要一幕,因为它以生动的形象使人想起,人文学科是获取社会知识的一种方法。麦克卢汉用他对传播的(非政治性)的审美向度的

欣赏与自我推销的方略,提出一种难以抗拒的通俗哲学。他受到公众的钦佩,同时又受到学界的批评。他几乎单枪匹马地研究媒介,并界定媒介在现代社会里的功能。他的格言警句颇具吸引力……他对日益缩小的世界的表述(比如‘地球村’)颇具慧眼,这些洞见不仅反映了他在理论表述方面的思考,而且揭示了传播研究权势者的孤立状态。他们紧锁在自己的社会科学文化里,不能够或不愿意研究麦克卢汉对媒介本身潜在影响的论断,他们不研究日常经验里发现的传播的结构;其实在日常经验里,信息是要影响人的心灵的。在围绕技术的时代挑战的辩论里,麦克卢汉关于传播和技术的乐观主义观点浮现出来。”(第203—204页)不过,他对麦克卢汉在文化批评上的贡献似乎估计不足。其实,早在20世纪50年代初,麦克卢汉的《机器新娘》一书就极其深刻地批判了美国文化、广告和通俗文化。

五、各章提要

“序言与致谢”围绕书名里的几个关键词——“批判”、“历史”和“理论”展开,作者借用黑格尔的一句话道出自己寻求突破的追求:“超越的过程既是吸收的过程,也是摒弃的过程。”

《传播学批判研究》问世于1992年。彼时,英国文化研究对美国传播学的影响方兴未艾,所以其序言自然就从文化研究输入和创新的话题入手。美国的批判传统始于19世纪兴起的社会批评,后续的批判理论有本土产生的和从外域输入的各种牌号的马克思主义批评和非马克思主义批评。该书试图用若干历史分期去厘清美国传播研究的历史演变。

这是一本研究传播思想史的书,但侧重美国的评判传统与欧洲的批判理论和文化理论,不求全面。

该书每一章用一句短小的语录破题。序言引用的语录出自黑格尔。

第一章“问题的界定:传播、历史与理论”对19世纪以来美国各个时期的社会理论、社会批评和传播研究作一番快速扫描。这一章破题的语录选自肯尼斯·伯克:“除非被当作展望未来的翔实记述方式,否则历史记录是毫无价值的。”

第二章“传播的发现:实用主义与社会批评追求”以杜威的语录破题:“哲学的固有属性是批评。”这一章对美国实用主义和芝加哥社会学派的批判思想进行梳理,阐述了美国社会批评的固有传统。这个时期的下限

是第二次世界大战。

第三章“对历史的忽视:大众传播研究与社会批评”的题解语录出自保罗·拉扎斯菲尔德:“美国的大多数批评家想要把自己的批评放进当前的产业框架之内。”显而易见,这一章专讲美国传播学的主流学派以及行为学和功能主义社会学对传播学的影响。根据拉扎斯菲尔德本人的界定,这个主流学派又叫做行政学派或经验学派。这个时期大约是第二次世界大战及此后的十年。

第四章“引进意识形态:法兰克福学派的批判理论与美国的文化批评”用法兰克福学派创始人麦克斯·霍克海默的语录破题:“实用主义反映的社会是无暇记忆和沉思的社会。”这句话显然对美国社会的浮躁提出了尖刻的批评。法兰克福学派的批判理论讲究形而上的意识形态批判,美国传播学家讲究形而下的务实和实务,心甘情愿、乐此不疲地为现存的体制和商业利益服务。美国文化批评的杰出代表是詹姆斯·凯利。作者对伊尼斯、麦克卢汉等人在文化批评方面的成就予以肯定。这个时期跨越了20世纪的40年代至80年代。

第五章“对霸权的理解:英国文化研究与美国批判研究的恢复”专论英国文化理论及其对美国传播研究的冲击。题解引用了威廉斯关于“新文化社会学”的一段论述:“新文化社会学可以被认为是两个显著倾向的汇合,在某一点上还可以被认为是两种显著倾向的转变:一种倾向表现在一般的社会思想里,具体地表现在社会学内部;另一种倾向表现在文化史和文化分析中。”在这里,他所谓“新文化社会学”就是伯明翰大学的“文化研究”理论。这是20世纪后半叶兴起的最重要的西方马克思主义理论之一,其矛头直接指向美国传播界的“行政学派”,即以拉扎斯菲尔德为代表的经验学派;伯明翰学派高扬意识形态的旗帜,揭示意识形态领域的阶级斗争。英国文化研究兴起于20世纪60年代初,随即被引进美国,推动了以詹姆斯·凯利为代表的美国文化研究。哈特认为,美国文化研究沿着四条路径演变:一是美国实用主义和进步主义史学家,一是以伊尼斯和麦克卢汉为代表的技术学派,一是以克利福德·吉尔兹为代表的人类学,一是以理查德·罗蒂为代表的新实用主义。

詹姆斯·凯利分辨传播的传输(transmission)观和仪式(ritual)观,其矛头对准传统的“行政学派”。可以说,凯利的“文化研究”既是从英国来的舶来品,又是向芝加哥社会学派评判思想的回归。

美国批判思想回归的另一种表现是女性主义的蓬勃发展。

第六章“批判的关怀所在：处于实用主义和马克思主义之间的传播研究”是全书的小结。其题名说明美国传播学的批判研究是两种传统的汇流：美国本土的实用主义和外来的马克思主义。破题的语录来自法兰克福学派的开山祖师麦克斯·霍克海默：“批判性思想既不是孤立的个人的功能，也不是个体总和的功能。批判性思想的主体是身份明确的个人与其他人和群体的真实的关系，是他与具体阶级的冲突，最后是他与整个社会的关系以及与自然的关系。”由此可见，本书作者的立场偏重外来的批判学派。

然而，如前所述，美国人本能地排斥马克思主义，他们有一个美国特殊、美国例外的情节，骨子里崇信惠特曼的思想，推崇所谓的“崇美主义”（Americanism），感觉“崇美主义”能够替代社会主义，相信美国能够免于资本主义的普遍危机。在一篇题为《美国自由的堕落》的论文里，什罗耶尔问道：“‘社会主义’或与社会主义道德对应的思想是否已经包含在‘崇美主义’的乌托邦观念中了呢？”哈特的回答是：“事实上，‘崇美主义’的思想作为社会主义思想的替代物始终是一种令人感兴趣的可能性。”哈特又说：“美国社会史表明，激进的社会主义思想未能激励大多数美国人，包括传播与媒介学者，因为合作与社群的观念维持着当代文化标志的力量。”（第228页）

1933年，在《走向统一阵线》一文中，桑松断言：崇美主义被认为是“难以察觉的、观念化的、柏拉图式的、不带个人色彩的一套思想倾向，被认为是对民主、自由和机遇等终极观念的庄重赞同，美国人以理性的态度坚守这些思想倾向，正如社会主义者坚守社会主义一样，因为崇美主义使他们受益，给他们工作，因为他们认为崇美主义能够保证使人幸福。于是，崇美主义就取代了社会主义。社会主义的每一个观念在崇美主义里都有对应的观念，美国人对社会主义无动于衷的道理就在这里”（第70—71页）。

1974年，在《替代社会主义的美国主义》一文中，桑松对美国人的阶级观念和社会主义观念淡漠的原因作了这样的解释：“大众观念替代阶级观念，成为一个抽象、弱化、观念化、空灵化的版本，总之成为东方化的版本，更准确地说成为阶级关系颠倒的版本，马克思主义的思想被惠特曼式的思想取代，这就使美国生活和思想带上了独特的无产阶级色彩；同时由于同样的原因，这又使无产阶级的思想和斗争在源头上就血脉干涸了。”（第228页）

六、结 语

本书作者以惋惜的调子对美国传播学的不足作了这样两条结论：

“总体上看，美国传播学走的路子是美国社会科学的路子，在媒介与社会问题上，它拒不接受批判的马克思主义方法论。”（第 236 页）

“美国传播学的困境在于，它未能理解并克服自身思想史的局限，不仅未能解决已然站稳脚跟的学科的理论问题和方法论问题，而且未能认识到激进思想的潜力。”（第 237 页）

汉诺·哈特这本书问世于 1992 年。在此后的十余年中，美国传播学界的批判思想如何发展，是一个尚待研究的课题；经验学派、批判学派和媒介环境学派如何博弈，也是一个尚待研究的课题。不过，由于继承了美国文化基因里的实用主义和崇美主义，服务于既存体制的经验学派恐怕还会继续维持其霸权，它在美国传播学界的主流地位是难以撼动的。

何道宽

于深圳大学传媒与文化研究中心

2008 年 6 月 20 日

中文版序

《传播学批判研究：美国的传播、历史和理论》要在中国出版了。在媒介与传播研究思想的跨文化交流中，这是值得欢迎的进展。如果在思想上追本溯源，我们就会发现，对传播角色的社会关怀与美国 20 世纪初的工业化和民主化进程是联系在一起的；如今，这样的关怀仍然是社会发展的特征。如果要对传播的地位及其对社会运作的文化、社会、政治和经济的含义曾经有过的思考作一些了解，那么，对这种学术思考的历史根源的了解就是一个先决的条件，否则我们就不可能了解语言和传播在界定个人身份和社会生存中所扮演的角色。

我讲授的课程之一是美国传播与媒介研究在理论上和方法论上的进展，本书是在介绍这方面进展的历史语境中产生的成果。修读这门研讨课的学生有几位来自中国，对于媒介化社会里历史的地位和生存的条件而言，他们的参加构成了有别于美国本土情感的另一类文化和政治选择。这样的差异提出了新的挑战，提高了我们围绕美国传播研究历史情况的讨论的思想水准；而且，这样的差异有助于美国学生的学习，帮助他们获得了关于个人角色、社群重要意义和社会核心地位的新的视角。

一旦出版之后，书籍就脱离了作者的控制，开始了自己的生命历程；它们受制于不同的利用、解释和吸纳，其生命历程中的变化常常远离了作者原有的意向，却丰富了不同类型的话语。

感谢本书的译者何道宽先生和北京大学出版社，感谢他们承担这个雄心勃勃的出书计划，希望读者能够对传播与媒介研究在西方的构建史获得一些洞见。

汉诺·哈特

于斯洛文尼亚卢布尔雅那

2006 年 6 月 11 日

序言与致谢

超越的过程既是吸收的过程,也是摒弃的过程。

——黑格尔

近年来,美国的传播与媒介研究受到英国研究成果的影响,这些文献被认为是理查德·霍加特(Richard Hoggart)^①、雷蒙德·威廉斯(Raymond Williams)^②和伯明翰大学当代文化研究中心的思想传统,该中心在斯图尔特·霍尔(Stuart Hall)^③的领导下取得了引人注目的成就。实际上,这个英国文化研究小组的著作对传播研究领域做出了重大的贡献,对美国传播与媒介研究领域而言是一个最关键的理论突破。自一代人以前传统社会学主导传播研究以来,英国文化研究吸引了学术刊物的注意力。

本书的语境框架是对新思想的浓厚兴趣,尤其是对马克思主义挑战的持久兴趣;欧洲的文化与社会研究复兴对美国学者具有吸引力,由于英文文本的容易获取,这种吸引力有增无减。美国传播学界的批判意识因此而增强,对英国文化研究的基本预设的理解随之加深;这种批判意识的基本预设是社会定义的批判意识。

美国思想的一个重大问题仍然是使欧洲遗产适合美国文化的具体需要。美国人接触英国文化研究以后,美国思想传统面临一个推陈出新的问题,我们要在文化探索的过程中创新社会理论。在这里,传播研究的发展将成为进步思想的方便载体,所谓进步思想包括传播研究领域的改良

① 理查德·霍加特(1918—),伯明翰大学教授,著有《奥登传》、《大众社会中的大众传媒》、《识字的用途》等。——译者

② 雷蒙德·威廉斯(1921—1988),伯明翰大学教授,著有《文化与社会》、《马克思主义与文学》,编写《传播学》等。——译者

③ 斯图尔特·霍尔(1932—),伯明翰大学教授,著有《流行艺术》、《视觉文化》等。——译者