

章浩 / 译

Media Studies

Ziauddin Sardar And Borin Van Loon

视读

【英】扎奥丁·萨德爾 博林·梵·隆 / 著



《介绍丛书》.....INTRODUCING.....《全年龄推荐》

传媒研究



POWERFUL ALIENS
LAUNCH AN INVASION OF
PLANET EARTH

Don't worry -
he's only phoning

Look,
you all
OO

Cinema has
its own syntax and grammar. All
films are assembled from four basic
building blocks.

Aaaaargh!
That's just a
bit too much
interaction!

自1991年问世以来
先后以三十余种文字出版发
销量达2.4亿册

安徽文艺出版社

介绍丛书

INTRODUCING

[英] 扎奥丁·萨德尔 博林·梵·隆 / 著

视读 传媒研究



Media Studies

章 浩 / 译 颜 芳 / 审 安徽文艺出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

视读传媒研究 / (英) 扎奥丁·萨德尔, (英) 博林·梵·隆著; 章浩译.

合肥: 安徽文艺出版社, 2008.11 (介绍丛书) ISBN 978-7-5396-3024-3

I. 视... II. ①扎...②博...③章... III. 传媒研究—通俗读物 IV. G206.2-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 099848 号

引进图书合同登记号: 1208584

Copyright: ©2000 BY ZIAUDDIN SARDAR & BORIN VAN LOON

This edition arranged with ICON BOOKS LTD

Through BIG APPLE TUTTLE-MORI AGENCY, LABUAN, MALAYSIA.

Simplified Chinese edition copyright:

2008 ANHUI LITERATURE AND ART PUBLISHING HOUSE

All rights reserved.

介绍丛书·视读传媒研究 [英] 扎奥丁·萨德尔 博林·梵·隆 / 著 章浩 / 译

丛书统筹: 岑 杰 特约编辑: 珂 碧 / 闻 可

责任编辑: 沈喜阳 岑 杰

审 译: 颜 芳

出 版: 安徽文艺出版社 (合肥市圣泉路 1118 号)

邮政编码: 230071

网 址: www.awpub.com

发 行: 安徽文艺出版社发行科

印 刷: 北京泰山兴业印务有限责任公司

开 本: 880 × 1194 1/32

印 张: 6

字 数: 140,000

版 次: 2009 年 1 月第 1 版 2009 年 1 月第 1 次印刷

标准书号: ISBN 978-7-5396-3024-3

定 价: 16.80 元

(本版图书凡印刷、装订错误可及时向承印厂调换)

我曾经写过一篇文章叫《拯救阅读》，谈的是读书的话题。我认为时下读书有两种方式，一是阅读，一是浏览。当下，能静下心来阅读，研究一点学问的人越来越少了，更多的人仅仅是在浏览。其原因太复杂，但要害是人心浮躁。

这个浮躁的世界令人焦躁不安。市场经济这根杠杆推动经济飞速发展，同时也催化人们的价值观发生变异。快节奏的生活和社会竞争带来的生存压力，使人们感觉连喘息的时间都没有，何来闲心坐下捧书阅读？时下，人们光临图书馆和书店的越来越少，而热衷网上“隐私”和“花边新闻”的却如苍蝇扎堆。这个虚拟世界里的嘈杂喧闹与图书馆的冷清宁静形成强烈反差，人们在这里信口雌黄、恶搞，甚至谩骂，肆意宣泄。即便是真正的浏览者，面对五光十色、令人眼花缭乱网络世界，在这里也只是走马观花，一目十行；不过想以此扩大知识面，快速充电，倒也可以装潢门面，研究就谈不上。

我曾经说过，如果说我今天取得了一点成绩的话，那么它完全是对我当初刻苦自学，至今仍不间断读书的一种回报和奖赏。这里我还要说一句话，读书需要选择，无选择地读书，也是一种盲目。有限的生命面对无限的知识，客观上迫使人们只能读有限的书。阅读需要提升，意思是说一要选择好阅读方向，一要提高阅读的质量。

有幸在闲暇之时翻阅了安徽文艺出版社翻译出版的《介绍丛书》，感觉这是一套值得细读的好书。它包罗了古今世界上自然科学和人文科学的名家思想和学科结晶，作者以大师般幽默而富有哲理的语言，表达了深刻的思想和深奥的科学命题，再配以精彩的漫画插图，真正“把复杂的思想简单化”。这一深入浅出的理念和方式打破了读者年龄和学科专业的限制，使它真正成为老少皆宜的大众科普读物，让人爱不释手。难怪它在世界各地深受读者喜爱，能创造出2.4亿册的销售奇迹。

这套每册不到二百页的小册子丛书，内容之广博，形式之活泼，叙述之通俗，阅读之轻松，实不多见。这套书最初于20世纪70年代诞生于墨西哥。当时为了帮助工人阶级做一点有意义的事情，作家和漫画家精心策划，并经过一番努力，一本名为《马克思主义图文解说的初级读本》的书很快问世了。书中，马克思主义深奥的理论变得形象生动、通俗易懂，普通工人易于接受，因此，该书一问世，便深受人们喜爱。

日新月异的社会发展到现在，教育和阅读都需要变革，唯此才能适应当代人的实际需要。“灌输式、填鸭式教育”已经滞后，而“精神保姆”“知识保姆”则备受求知欲强烈的青少年们喜爱，我想这套书可以充分发挥这种功能。让更多的青少年和普通老百姓来阅读这套丛书，对提高国民素质将是一件非常有益的事情。静下心来投入阅读吧！阅读会让你插上翅膀，飞向高远的苍穹。

- ◎ 铁 凝（中国作家协会主席）
- ◎ 陈建功（中国作家协会副主席、中国现代文学馆馆长）
- ◎ 高洪波（中国作家协会副主席、书记处书记）
- ◎ 张 平（中国作家协会副主席、著名作家）
- ◎ 刘 恒（中国作家协会副主席、北京市作家协会主席）
- ◎ 孟 冰（中国戏剧家协会副主席、著名剧作家）
- ◎ 詹福瑞（国家图书馆馆长、知名学者）
- ◎ 高 峰（中央电视台副台长）
- ◎ 夏吉宣（中国国际广播电台副台长）
- ◎ 孙 郁（鲁迅博物馆馆长、知名学者）
- ◎ 雷 达（当代著名文学评论家）
- ◎ 李敬泽（当代著名文学评论家）
- ◎ 李荣胜（中国现代文学馆常务副馆长）
- ◎ 邹静之（著名剧作家、诗人）
- ◎ 徐 焰（国防大学教授、博士研究生导师）
- ◎ 刘彬生（资深实验教学专家、特级教师）
- ◎ 叶廷芳（中国社科院外国文学研究所研究员、全国德语文学研究会会长）
- ◎ 高建平（瑞典乌普萨拉大学美学博士、中国社科院研究员、国际美学协会秘书长）

- ◎ 李培林 (中国社科院社会学研究所所长、研究员)
- ◎ 杨宜音 (中国社会心理学会副会长、中国社科院社会学研究所研究员)
- ◎ 陆建德 (英国剑桥大学博士、中国社科院外国文学研究所研究员)
- ◎ 郭宏安 (中国社科院外国文学研究所研究员)
- ◎ 张荣刚 (中国经济网副总经理)
- ◎ 邹崇理 (中国逻辑学会副会长兼秘书长、中国社科院哲学研究所研究员)
- ◎ 周晓亮 (中国社科院哲学研究所研究员、博士生导师)
- ◎ 孙 晶 (国际易学联合会秘书长、中国社科院研究所研究员、博士生导师)
- ◎ 罗红光 (日本大阪大学博士、中国社会科学院社会学研究所研究员、博士生导师)
- ◎ 甘绍平 (中国社科院哲学研究所研究员、博士生导师)
- ◎ 江 怡 (中国社科院哲学研究所研究员、博士生导师)
- ◎ 尚 杰 (中国社科院哲学研究所研究员、博士生导师)
- ◎ 黄裕生 (中国社科院哲学研究所研究员)
- ◎ 刘 钢 (中国社科院哲学研究所研究员)
- ◎ 段伟文 (中国社会科学院哲学研究所副研究员)
- ◎ 栾贵明 (中国社会科学院研究员)
- ◎ 单继刚 (中国社会科学院哲学研究所副研究员)

(《介绍丛书》推荐委员会排名不分先后)

《介绍丛书》原由英国爱康出版社出版。这是一套内容丰富多彩的系列图书，它涵盖了从古到今世界上自然科学与人文科学的名家思想和学科内容，是引导初学者在各领域入门的良师益友。它以图文并茂的形式，使读者从字里行间领略到作者的智慧与匠心，并轻松地理解书中的观点与论述。

《介绍丛书》的作者大多为某一专业领域的大学教授，他们所使用的语言清楚了，绝无晦涩难懂的术语；这套丛书既有梗概介绍，又有拓展阅读，因此读者能在这套丛书的指引下涉足那些从未接触过的崭新领域，从中受到启发，从而与所学知识融会贯通。这套丛书的与众不同之处也是最为成功之处，就在于它能使学习成为一种愉悦且充满互动性的过程。

早在20世纪70年代初，《介绍丛书》首次出现于墨西哥。英文版本在1976年一经出版，便立刻引起轰动，成为当时人们争相阅读的书籍。这也足以证明这套丛书具有巨大的市场潜力。

20世纪90年代初，英国为这套丛书专门成立了一家出版社（ICON BOOKS）。如今，这套丛书已被翻译成三十多种语言，从法语、日语到阿尔巴尼亚语乃至越南语，已发行三百多万套，多次荣登畅销书榜首，堪称畅销世界的热卖书籍。随着时代的前进，这套丛书也在不断更新、充实内容，并加入了许多新的元素，使得这套丛书始终充满着时代气息。

对知识的渴望是全人类的共同心声，然而，强大的工作压力、快速的工作节奏使阅读时间严重萎缩，成为当今读书人面临的最大问题。《介绍丛书》正是以其语言的幽默诙谐、图文的好看易懂、体例的简洁明了，又兼具专业性与趣味性的诸多优势，吸引了世界上无数好学者的眼球。在我国全面构建和谐社会，倡导以“崇尚科学知识为荣”的今天，我们相信，这套丛书也会对我国读者特别是广大青少年读者的知识积累和素养提高，起到积极作用。正因为如此，安徽文艺出版社几经周折，终于获得了这套丛书的中国专有出版权，并组织水平较好的翻译队伍将其翻译出版，以飨读者。

由于这套丛书体例庞大，学科多样，作者观点各异，翻译出版过程中疏漏在所难免，敬请广大读者特别是有关专家批评指正。知识的培养对一个人是重要的，对一个民族也是重要的。热切期望读者诸君与出版社共同努力，去拓展适合我们的民族、适合我们个人的知识空间！

目录

◎ 译者序	1
◎ 为什么要研究传媒	3
◎ 作为产业的传媒	16
◎ 电视	18
◎ 电影	19
◎ 报纸、杂志和非传统新闻传媒	20
◎ 传媒研究发展史	21
◎ 时髦的索绪尔和生活的意义	40
◎ 托普·波芬宣称：现在是符号时代！	41
◎ 耐心、而非恐慌——符号学理解之钥	42
◎ 艾莉曼的擦剂	42
◎ 假如你能看，或能听，你就能读	43
◎ 多种传媒研究	50
◎ 制度研究	50
◎ 专业意识形态	51

◎ 诚信的政治	52
◎ 协商自治	54
◎ 传媒的结构主义研究	55
◎ 超越结构主义	56
◎ 政治经济学	57
◎ 政治经济学研究案例	58
◎ 传媒文化研究	59
◎ 受众研究	64
◎ 全国新闻：另一项受众研究	68
◎ 让观众就位	70
◎ 再现	71
◎ 多元模式	74
◎ 刻板印象	75
◎ “道德恐慌”	77
◎ 青年文化报道	78
◎ 种族主义意识形态	79
◎ 女性的再现	82
◎ 夏娃的麻烦	84
◎ 数字处理	88
◎ 新闻	89
◎ 故事和它的价值	91
◎ 新闻价值的判断标准	92
◎ 知情权	96
◎ 战争报道	97
◎ 调查报道	98
◎ 负面新闻	99
◎ 漫画	101
◎ 电台终端	106
◎ 广告	107
◎ 欲望	107
◎ 什么都卖	108
◎ 广告模式	109
◎ 广告技巧	110
◎ 电视	112
◎ 电视制作	114
◎ 电视制作的基本内容	116
◎ 前期制作	116
◎ 拍摄	119
◎ 后期制作	120

◎ 最终的结果	122
◎ 反对电视	123
◎ 公共广播电视	124
◎ 品质才是关键	126
◎ 电影	127
◎ 电影符码	128
◎ 编辑	130
◎ 解读电影	132
◎ 情节	132
◎ 外星人焦虑	134
◎ 《独立日》的叙事	135
◎ 砰!	136
◎ 《独立日》中的其他角色	136
◎ 主题	137
◎ 女性的正确位置	138
◎ 好莱坞和美国之梦	139
◎ 好莱坞的刻板印象	140
◎ 世界电影: 宝莱坞	142
◎ 中国香港电影	144
◎ 其他地区的电影	145
◎ 第三电影	146
◎ 好莱坞	146
◎ 弗朗索瓦·特吕弗	146
◎ 第三电影的代表作	147
◎ 罗西克影院	147
◎ 第三电影专场	147
◎ 影片	148
◎ 影像革命	150
◎ 盗版	151
◎ 新技术	154
◎ 有线电视和卫星电视	154
◎ 数字和互动电视	156
◎ 互联网	157
◎ 对互联网的批评	158
◎ 传媒所有权	159
◎ 协同作用是什么?	160
◎ 电视网	161
◎ 超级集团	162
◎ 传媒帝国主义	163

◎ 名流	167
◎ 制造名声	168
◎ 未来	170
◎ 拓展阅读	174
◎ 附录	176

你了解大众传媒的心情可以理解。

大众传媒给你带去了实在太多的乐趣和实惠。你所喜爱的明星并不是你的亲戚，却天天呆在你家里——在电脑、电视和杂志上陪伴你；每天都有新鲜热辣的比赛、新闻和电视剧免费递送到你的家里；你以及你的朋友，可以足不出户地和这个世界联系在一起。而且，你还知道大众传媒是财富的源泉、奇迹的发生地、自由和民主的基石。你离不开它，并且会深深地爱上它。

但这时候，你要小心。有传言说：如果你爱一个人，便带他进入大众传媒的世界，因为这里有欢乐、知识和财富；如果你恨一个人，也带他进入大众传媒的世界，因为这里有教唆、欺骗和“鸦片”。前辈们早就告诫我们，大众传媒已经成为人们的精神鸦片：降低了整个社会的知识水平和审美趣味；教唆我们更多使用暴力，购买不需要的产品；占据着本应“过得更有意义”的时间；最可恨的是，它毒害了儿童和青少年，并可能为某些人所利用，来操纵我们的思想。

所以，我们有了传媒研究。它要揭示的就是大众传媒这个具有善恶两面的狠角色的真面目。但大众传媒包罗万象、遍布全球，涉及电视、电影、报纸、杂志、互联网等诸多形式，涵盖政治、经济、社会、文化、科技等诸多领域，因而传媒研究也同样需要兼及社会学、心理学、语言学、文艺学、新闻学、传播学、经济学、信息科学等诸多学科；更引来大批思想者对此发表看法，马克思、弗洛伊德、索绪尔、哈贝马斯、福柯、德里达等显赫的名字均铭刻在传媒研究的家谱之中。

没有理论和大师的指引，你会在庞杂的大众传媒里迷失；但有了理论和大师的参与，传媒研究可能让你更加迷茫，还失去了大众传媒原有的乐趣。这样的困境催生了这本《视读传媒研究》，它用大众传媒的娱乐方式展现顶级学者的理论眼光，建构了一场由大众传媒和与大众传媒有关的种种理论、知识合力出演的“秀”，让你可以满怀愉快地看清大众传媒这个神奇世界的真相。

本书翻译章浩，现为南京师范大学新闻传播学院讲师，武汉大学新闻与传播学院博士研究生，著有《说服公众：大众传播的商业功能》一书。



为什么要研究传媒

这里是沃尔特·马
传媒为您主持的七点新闻。

主要内容
还有……

各位晚上好，欢迎来到《传媒研究》。

本期主要
内容有……

当今世界正在遭受传媒浸透！

犬儒主义者
攻击传媒研究！

小学将开设传媒研究课程！



布琳小姐：
黑人、
同性恋、
孤单的社会
边缘人。





通过地面天线、卫星和数字线路传输的多个电视频道、数不清的广播电台正在堵塞整个广播电视系统；报纸、杂志、书籍、漫画、电影和录像带都在抢夺我们宝贵的时间；广告几乎无可逃避；上网已经成为工业社会日常生活的必需。



我有幸邀请了
利物浦约翰·莫里斯大学影视
和传媒研究高级讲师肖恩·库比特
先生参与这个讨论，库比特先生，
为什么我们要关注传媒
浸透问题？

又一个
盎格鲁·撒
克逊族的
新教徒
白人！

传媒对
我们的日常
生活影响力
巨大……

桌面出版和互联网
增加了每个人生产和传
播传媒产品的途径。现
在我们有多种传媒可供
选择，每种传媒提供的
产品种类也多样化了。
卫星电视、数字电视和
好莱坞大片成本高昂，
以至于只有少数公司才
能获得商业上的成功。
这导致传媒走向了垄断。

但是，传媒生产只
是故事的一半。当我们
看电视、上网时，我们
也在创造自己的意义和
情感。我们需要了解我们
自己的这些富有创造性
的工作，并成为富有判
断力的传媒使用者。

电视片
《作为艺术和文化的影视传媒》
(Video Media as Art and Cuclure)
的作者

这是
开展传媒研究的
主要原因。





传媒即中介。你也许以为新闻报道是不需要经过中介的，但它不是。它需要中介。第一，和所有人类传播方式一样，传媒也必须依赖于一个物质基础，诸如语言、手势、歌曲、图画、文字。传媒充当中介，就是与尽可能多的人跨越时间和空间进行沟通。所以首先需要考虑的是传媒可以到达众多的人。第二，在今日，信息是通过高科技手段传递的。

第三，当人们可以自己创作音乐、绘画和卡通的时候，往往倾向于去消费少数公司生产的专业产品。这些大型公司几乎是封闭的和集中的，但对其产品的接受却是公开的和分散的。

第四，传播者和接受者之间不存在真正的沟通。

