

WESTERN JOURNALISM AND
COMMUNICATIONS CLASSICS

西方新闻

传播学

经典文库

KEY CONCEPTS IN
COMMUNICATION (2nd ed)
AND CULTURAL STUDIES

关键概念

传播与文化研究辞典 (第二版)

[美] 约翰·费斯克等 编撰

John Fiske et al.

李 彬 译注

新华出版社

G206-61

2

西方新闻
传播学
经典文库

KEY CONCEPTS IN
COMMUNICATION
AND CULTURAL STUDIES

关键概念

(第二版)

传播与文化研究辞典

[美] 约翰·费斯克等 编撰

John Fiske et al.

李 彬 译注



C200432255

新华出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

关键概念: 传播与文化研究辞典 (第二版) / [美] 费斯克等编撰; 李彬译注. —北京: 新华出版社, 2003. 12

(西方新闻传播学经典文库)

ISBN 7-5011-6460-6

I. 关… II. ①费…②李… III. 传播学—词典 IV. G206-61

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 111384 号

京权图字: 01-2003-6936 号

Key concepts in communication and cultural (2nd ed.)

Copyright © 1994 Tim O'Sullivan, John Harley,

Danny Saunders, Martin Montgomery and John Fiske

Chinese translation published by Xinhua Publishing House

Authorised translation from English language edition published by Routledge

a member of the Taylor & Francis Group

All rights reserved

本书中文专有权属新华出版社

西方新闻传播学经典文库

关 键 概 念

传播与文化研究辞典 (第二版)

[美] 约翰·费斯克等 编撰

李 彬 译注

新 华 出 版 社 出 版 发 行

(北京石景山区京原路 8 号 邮编: 100043)

新华出版社网址: <http://www.xinhuaapub.com>

中国新闻书店: (010) 63072012

新 华 书 店 经 销

新华出版社激光照排中心照排

新华出版社印刷厂印刷

*

787 毫米×980 毫米 16 开本 22.5 印张 插页 2 张 350 千字

2004 年 1 月第一版 2004 年 1 月北京第一次印刷

ISBN 7-5011-6460-6/G · 2350 定价: 35.00 元

若有印装质量问题, 请与印刷厂联系: (010) 65895562 65897685

WESTERN JOURNALISM AND COMMUNICATIONS CLASSICS

西方新闻传播学经典文库

编委会成员

- | | | |
|-----|-----------|---------|
| 主 任 | 李良荣 | 复旦大学 |
| 副主任 | 郭 可 | 上海外国语大学 |
| 编 委 | (按姓名笔划排序) | |
| | 林 晖 | 上海财经大学 |
| | 陈昌凤 | 北京大学 |
| | 单 波 | 武汉大学 |
| | 胡正荣 | 北京广播学院 |
| | 段京肃 | 南京大学 |
| | 崔保国 | 清华大学 |
| | 蔡 雯 | 中国人民大学 |

总 序

李良荣

中国的新闻改革已历经 25 个年头。25 年来，中国新闻媒体获得前所未有的大发展，也带来新闻传播学空前的繁荣。有幸经历 25 年新闻改革的人都不会忘记，中国新闻媒体的发展、学术的繁荣从世界各国、尤其西方新闻传播学中得益良多。西方新闻传播学引入中国，给中国的新闻界带来一股清新的风，它们的许多理论、观点、概念都让人耳目一新。这些理论、观点、概念对更新我们的新闻观念、改进新闻业务、改善媒体经营发挥过积极的影响。

进入新世纪，中国正式加入 WTO。在经济全球化的推动下，西方各国超级大媒体纷纷抢滩中国。中国的媒体同样在跃跃欲试进入世界各国，媒体国际化已成不可阻挡之势。在这样背景下，中国传媒界对于世界各国、尤其对西方传媒的理念、法则、规范以及操作方法的学习、研究正掀起新一轮热潮。

这新一轮的学习、研究热潮比起上世纪 80 年代末，跃上了一个新的层次。那时，中国的国门刚刚打开。西方的新闻传播学让急于寻求发展新思路的中国媒体大开

眼界，他们以一种饥不择食的状态把西方新闻传播学的一切新理论、新概念、新提法搬到中国来，甚至简单地模仿西方媒体的许多具体操作方法。但近10年来，尤其进入新世纪，中国的新闻界，无论是业界还是学界，已日趋成熟，他们理性地审视西方的新闻传播学。他们还在努力地学习，但为我所用——只吸收适合中国国情的理论和方法；然后更多的是研究、思考，寻找做大做强中国媒体的道路，以便有朝一日能够在国际舞台上和西方超级媒体展开真正意义上的竞争。

中国媒体发展的进程需要更系统、更全面地翻译、出版西方新闻传播学的经典著作。为此，我们在翻译本套译本之前，特地聘请美国、英国、日本等国12位知名教授、学者推荐当代西方新闻传播学的代表作，并从上百本的推荐书目中精益求精，遴选出二十多本著作，涉及到新闻传播界理论、实务、法规、经营管理等诸多领域，并由新闻传播学、外文专业的教授、博士生、博士后担纲翻译，力求翻译的准确、规范和文字的流畅。为了便于读者更好地了解译著，我们特地聘请相关专家来评述译著的基本观点和学术地位。

2003年10月

译 序

《关键概念：传播与文化研究辞典》(*Key Concepts in Communication and Cultural Studies*)，是一部别具匠心的传播学“名著”。其名望不仅源于别出机杼的学术内涵，同时也出自别出心裁的表述形式。

它既像辞典，又不是辞典。一方面，它具有辞典的形式。比如，全书由一个个的辞条及其解释所构成，而且所有辞条均按音序排列等。准此，中译本的书名才冠以“辞典”。另一方面，它又不同于一般的辞典，作者其实是以辞典形式构建一套立体的、交叉的、开放的理论话语，由此形成一个互文参照、彼此应和、勾联繁复、层出不穷的思想场域。准此，作者才在“本书前言”里特意说明：“本书不是一部辞典”(the book is not a dictionary)。



这种形式，有点类似于米洛拉德·帕维奇的《哈扎尔辞典》(*Le Dictionnaire Khazar*)与韩少功的《马桥词典》。这两部知名的小说都号称“辞典/词典”，也都具有辞典的形式，韩少功甚至还专门编出一个“《马桥词典》条目首字笔画索引”。而事实上，它们同一般辞典大相径庭，甚至风马牛不相及。其间的明显差异在于，作为工具书，辞典上的辞条都是各自独立了不相干的，如《现代汉语词典》对“文化”与“传播”的解释；而《哈扎尔辞典》与《马桥词典》中的一个辞条却是血脉相通有机关联的，犹如206块骨节构成一个完美人体。

以《马桥词典》为例，书中集录的是马桥这个地方的115个日常用语，比如“龙”、“公家”、“科学”、“清明雨”、“模范”、“贱”、“甜”等。乍一看，这些用语似乎平淡无奇，各不相属，但作者却用这些元素精心绘制出一幅有声有色的马桥“清明上河图”，“讲述了古往今来一个又一个丰富生动的故事，引人

入胜，回味无穷”，借用冰心如诗如歌的话来说：“其中有天意，有人情，有生死流转，有地久天长。”通读全书才发现，原来每个辞条都与其他辞条构成一种应答、对话及呼应的多重关系，就像被喻为“院士中院士”的苏联学者巴赫金所论述的“复调小说”。

这种形式确实与众不同，令人耳目一新。如果说以往小说基本上遵循着一条起承转合的单一线索，犹如音乐中的独奏或绘画上的焦点透视，那么《马桥词典》则是复线交织盘根错节，犹如交响乐队参差错落的协奏。另外，由于传统或正统的小说是按一条不可逆的时间方向展开，所以读者只能从头至尾按部就班地阅读。而《马桥词典》由于采用散点透视，则使人们可从任何一点介入，然后向前后左右随意延伸，形成横看成岭侧成峰的流动意象。

这种形式大大丰富了现实的表现力。因为，在传统或正统小说中，主人公以及其他的人物事件都被置于单一的叙事线索，读者也只能围绕这一线索而不可能顾及其他。然而，众所周知现实世界怎么可能如此单一，如此井然有序呢？大千世界，万类霜天，何时何地不都呈现着形形色色的“人”与纷纷扬扬的“事”吗？对此，20世纪末兴起的网络不失为一个颇具象征意味的隐喻。网络世界同样没有“主线”、“核心”、“主人公”等，只有五花八门的“辞条”及其勾联繁复的关系，而且人们也能从任何一个“辞条”进入，然后向四面八方任意扩展。就此而言，《哈扎尔辞典》（1984）、《关键概念：传播与文化研究辞典》（1992）、《马桥词典》（1996）等，在20世纪末相继问世就不仅仅是偶然巧合，而应具有更深刻的历史蕴涵。

二

《关键概念：传播与文化研究辞典》，即属这样一部别开生面的传播学经典，尽管其问世才不过十余年。这部学术力著以辞典形式，将传播与文化领域的所有重要概念、范畴、理论、观点、问题及研究等等汇集起来，然后加以凝练的论述与有机的链接，从而汇成一曲“嘈嘈切切错杂弹，大珠小珠落玉盘”的思想交响。

通常，习得一种语言——不管汉语还是蒙古语，不管英语还是斯瓦希里语（Swahili），无非把握两点，一是词汇，一是语法。如果说词汇属于某种语言的构成元素，那么语法就属于这些元素之间的各种关系。与此相似，掌握一套学术话语包括传播与文化研究话语，也得从这两个方面入手。一者，自然得明

了它的每个关键概念或者说核心概念；再者，更重要的是洞悉这些概念的内在关系。由此说来，我们不妨将本书当做一整套传播学的词汇与语法。其中的词汇就相当于书中的一个个辞条，而语法则相当于这些辞条的网络式链接。用本书前言里的话说：

一方面，这些概念可被视为一个个具有某种特定内容与公认价值的金块式信息(*information*)；另一方面，它们又可被当做可能具有的种种意义(*meaning*)。

.....

如果你用本书的目的仅仅是为自己提供现成的、自恰的、零碎的信息，那么你完全可以把它们用做单篇文章，但它们自身不会包含很多的意义。如果你想充分利用它们，那么你就需要注意它们的关系以及针对多样的、时或变化和矛盾的意义所具有的潜能。

所以，这部著作的主要特点与功能，也就体现在两个相辅相成的方面。首先，本书共有大小 286 个涉及传播与文化研究的辞条，几乎囊括这个学科的所有重要知识点，它们犹如 286 个战略高地或制高点，一旦掌握它们也就无异于控制了传播与文化研究的整个领域。其次，更重要的还在于这些辞条不是孤立的、自恰的、各行其是的，而是由网络式链接形成“勾心斗角”、“相依为命”的血肉关系，即所谓立体的、交叉的、开放的理论话语。这套独特话语与其他同类著述的最大不同是：一般常见的理论著述就像传统小说或焦点透视，由一条逻辑主线贯穿始终，包括核心概念、基本范畴、体系架构、最后结论等等；而这套话语及其架构则类似“复调小说”或散点透视——无始无终而又浑然一体、斑驳陆离而又和谐统一、各自独立而又互相唱和，仿佛一脉生生不息、源源不断的思想涌流。

具体来说，书中的每个“关键概念”(key concepts)先以一个概括性的“定义”予以界定(这个定义性句子的前后分别打上“*”号以作标识)。然后，再从不同角度对这个概念进行解说。其中，所有黑体显示的词语，均表示书里另有同名的概念条目可以参阅。最后，每个概念后面差不多都列出“互文参阅”与“深入阅读”，前者表示循此进一步查阅的相关概念，后者表示有关的参考书目(这些书目都列在书后的“推荐书目”中)。

三

中国大陆自 1980 年代初开始进行传播学研究，迄今已有 20 余年的历史。其间形成两次译介国外著作的高潮。第一次在 80 年代中后期，其中较有影响的代表性译著有如下四部：

1. W·施拉姆等人的《传播学概论》（陈亮等译，新华出版社 1984）
2. W·赛佛林等人的《传播学的起源、研究与应用》（陈韵昭译，福建人民出版社 1985）
3. D·麦奎尔等人的《大众传播模式论》（祝建华等译，上海译文出版社 1987）
4. M·德弗勒等人的《大众传播通论》（颜建军等译，华夏出版社 1989）

第二次译介高潮，出现在新旧世纪之交。这一次与上一次相比，有两个显著特点。第一个特点是从单兵作战向集团作战转变，这方面目前比较突出的是如下四套译丛：

1. 周宪、许均主编的“文化与传播译丛”（商务印书馆）
2. 常昌富主编的“传播与文化译丛”（中国社会科学出版社）
3. 刘继南主编的“高校经典教材译丛·传播学”（华夏出版社）
4. 熊澄宇主编的“清华传播译丛”（清华大学出版社）

另外，单兵作战也时有佳作，如 A·马特拉的《世界传播与文化霸权》（陈卫星译，中央编译出版社 2001）、E·M·罗杰斯的《传播学史》（殷晓蓉译，上海译文出版社 2002）等均属著译上品。

第二个特点是研究范围大大拓展，概括地说就是从第一次高潮对美国经验学派的青睐而向欧洲批判学派延伸，从第一次高潮对“传播”的专注而向更广泛的“文化”领域拓展。

在这一背景下，最早致力传播学译介的新华出版社策划了这套“西方新闻传播学经典文库”。作为这套译丛的首批书目之一，《关键概念：传播与文化研究辞典》的价值是为新闻传播学科以及其他相关学科，提供一部系统的、完备的、基础的理论研究著作。尤其是它以辞典形式将这个学科所有重要概念及范畴加以条分缕析的论列，包括基本含义、历史由来、主要焦点、现存问题以及相关书目等，无论对初学者还是对研究者来说都是不可或缺的案头参考。比如，“传播”（communication）辞条的第一段，即言简意赅地概括了两种有关

传播的研究传统：

大致说来有两种关于传播的定义。第一种定义将传播视为一个过程：通过这个过程，A 送给 B 一个讯息，并对其产生一种效果。第二种定义则将传播看做一种意义的协商与交换过程，通过这个过程，讯息、文化中人（people-in-cultures）以及“真实”之间发生互动，从而使意义得以形成或使理解得以完成。

而这两种传统，恰恰代表着美国经验学派与欧洲批判学派对传播这个核心问题的不同理解。简言之，经验学派倾向于将传播看做一种影响他人的过程，所以致力于探讨左右传播效果的一系列因素，像竞选活动或广告策略如何才能产生广泛的宣传效用等；而批判学派则一向将传播视为意义生成的源泉，视为人生在世及人之为人的根本所在，所以总是追问传播的意义与价值。如果说前者关心的是“如何”传播，那么后者考虑的就是“为何”传播。虽然这里并未给传播下个结论性的“定义”，但显然使人思路敞开，憬然而悟。

四

正因为本书具有如此价值，正因为它是学习与研究中引经据典的“经”“典”，所以，当 2002 年的某天新华出版社故交黄春峰先生来电话，同我谈起本书的翻译事宜时，我心里一时颇为踌躇。一方面，我深知这样一部高水平、高纯度的学术理论著作对我国新闻传播学科的基础性意义，倘能翻译出来将对学科的健康有序发展产生不言而喻的作用。另一方面，又觉得这样一部“经”“典”著作的翻译不容稍有差池与纰漏，否则很可能导致差之毫厘而谬以千里的后果，所以又恐自己万一才力不逮，不仅贻笑方家，而且贻误众生。

不过，也正由于心存这样的体认，一年来除了大量日常的教学科研工作外，译者可谓朝乾夕惕，夙兴夜寐，孜孜矻矻，战战兢兢。严复的“信达雅”是通行的译事准则，而拙译的准则只是准确、准确、再准确。为此，甚至不惜尽力保持原著的句子结构与层次，精通英文的读者或许都能由此大致复原本文。另外，细心者可能会留意书后所标的三个通译全书的时间，它既记录工作的进程，也等于表明拙译至少“三易其稿”。

当然，由于本书内容高度浓缩，涉及领域又非常广泛——除传播与文化研

究,还包括哲学、语言学、符号学、社会学、心理学、人类学、新闻学、信息科学、文艺理论等学科,涵盖从马克思主义到后现代主义、从精神分析到东方学、从田野调查到人种志、从经验学派到批判学派等领域,所以即使力求尽善尽美,但一人的才力与精力毕竟有限,在满打满算不过半年的时间里翻译这样一部力著,不如人意之处在所难免。比如,我曾想对书中一些过于浓缩而让初学者可能难以把握的内容略加阐释,即所谓“译注”之注。但是,后来发现这个设想在目前情况下不啻为奢望,因为每个问题展开来谈差不多都可成为一篇小文章。于是,后来只得将计划中的论述性“详注”,变成现在的说明性“简注”了。还需要说明一下,中文版本中的注释,除标明“原注”外,皆为译者所加,不再一一注明。

最后,需要特别感谢几位热心的老师与同学。首先,是李竹润教授与范红教授。李竹润教授是新华社社记者,曾任中东总分社高级编辑,另兼原中国新闻学院教授、厦门大学新闻传播系教授和英国威尔士大学新闻、传媒与文化研究院海外研究员。作为改革开放后最早介绍西方新闻传播理念的先驱,他在1980年代曾以笔名“黎信”发表过一系列短小精悍、生动有趣的文章,向重新睁眼看世界的国人系统介绍了许多西方新闻传播方面的有益经验,如现在人们耳熟能详的多用动词而少用形容词、多用短句而少用长句等。当年,笔者也从这些文章中获得许多教益,并由此激发对新闻传播学的浓厚兴趣。所以,我一直将黎信先生看做自己的发蒙老师。范红教授是清华大学外语系原副主任,2002年转入新闻与传播学院,现在正在英国牛津大学攻读语言学博士学位。承蒙两位教授在本书翻译过程中不断给以指点与启发,帮助解决了一系列疑难问题。

另外,我院研究生徐博和尹丽娟也以不同的方式,为本书付出心血。徐博原为清华大学外语系高才生,曾赴美留学一年,书稿完成后,我请他再仔细通读一遍,以期消弭我已熟视无睹的差错。尹丽娟则帮助绘制了本书的所有图表。

在此,谨向这些老师与同学致谢!当然,毋庸赘言,拙译的一切问题均由本人负责。

韩少功在《马桥词典》最后写到:“这当然只是我个人的一部词典,对于他人来说,不具有任何规范的意义。”无独有偶,《关键概念:传播与文化研究辞典》一书的作者也在前言中特意强调:“这些辞条不是定义(本书不是一部

辞典)，也就是说我们并未宣称自己享有特权接近每个概念的‘真正’意义。它们不是定义，而是下一步理论与实践工作的起点。”希望这部既像辞典又不是辞典的著作，也能对中国读者的“下一步”学习与研究有所助益。

李 彬

2003 年 8 月于清华园

原丛书序

这套丛书^①涉及传播学的不同方面，意在满足日渐增多的学子初次接触并研习这门学科的需要。丛书的作者都是经验丰富的教师或讲师，他们力求将适于高年级学生的大量研究内容变成新生入门所需的东西。

传播学最具特色的特征，也许就是它的多样性：它的领域从大众媒介到流行文化，从语言到个体行为与社会行为。但在这种多样性中，传播学仍显示着其连贯性与一致性。这套丛书即反映着传播学的研究框架。其中，有的属于通论性的基础著作，试图建立适用广泛的理论与研究方法；有的则将这些理论与方法用于某个专门课题的研究。但是即使是这些专注某个课题的著作也是相互关联的，正如它们与通论性著作相互关联一样。某个专门的课题，比如广告、新闻或语言，只有当它们与其他共同构成这门多样性学科的课题相互关联并相互区别之际，才能得到理解。

于是，这套丛书就有两个密切相连的目的。第一，为读者介绍当代有关传播研究的最重要成果，以及试图解释传播的理论。第二，为读者提供他们能够直接用于自己日常传播经验的、恰当的研究与调查方法。

如果读者读过这些书后，能够写出更好的作业、完成更好的课题、获得更好的成绩，那么我将不胜欣慰；当然，如果他们对传播如何建构与形成我们的社会生活，如何整合与创造工业化社会的经验等问题获得一点新的洞见，那么我将十分高兴。因为，当我们应该仔细研究传播现象时，它总是被人看做不言而喻的事情。

约翰·费斯克

^① 指由约翰·费斯克主编的一套“文化与传播研究丛书”（*Studies in Cultural and Communication*），其中包括他的《传播研究引论》（*An Introduction to Communication Studies; Second Edition*）和这部《关键概念：传播与文化研究辞典》。

第二版序

这一版增加了一位新作者，补充了 60 个新辞条。它比第一版多出 90 页，参考文献也从 13 页扩充到 21 页，并在原来的书名“传播研究”中加入“文化研究”。与此同时，删去原来的 14 个辞条，还对个别辞条进行重新改写。另外，全书从头至尾都根据需要做了适当的编辑加工。

这一回，我们五位作者决定在每个辞条后面都附上各自姓名的首字母^①，以“标明”哪个辞条由谁撰写。我们认为，这样做有助于读者明了这些概念的写作，是出自不同的学科与个性化的视角。这种差异是文化与传播研究越来越多元化的一个不可避免的结果，更何况第一版问世以来，我们已在地理上分布于三大洲（澳大利亚、英格兰、苏格兰、美国和威尔士）。

本书第一版问世以来的 10 年间，传播与文化研究作为知识探究的领域已经发生变化与进展，无论对本科生的课程设置还是对公认的研究领域来说，其学科地位都在世界各大学得到进一步确立。我们希望《关键概念：传播与文化研究辞典》对那些深入探究者而言会继续证明是有用的、激发思考的。

^① 五位编撰者的姓名首字母分别为：蒂姆·奥沙利文（Tim O'Sullivan）——TO，约翰·哈特利（John Hartley）——JH，丹尼·桑德斯（Danny Saunders）——DS，马丁·蒙哥马利（Martin Montgomery）——MM，约翰·费斯克（John Fiske）——JF。

本书前言

诺克斯堡^①以堆满金块而著称。这些金块的形状几乎一致，难分彼此。尽管它们看起来价值连城，但实际上本身却毫无用处。它们的价值就在于其潜在的可能性——在交换过程中你能用它得到什么，或者说用你自己的资源与技能而使它们成为什么。本书也是如此。这里提供的都是格式统一的辞条，而它们本身毫无用处。如果任它们像你发现时那样待着，则你将一无所获——它们的价值也在于它们的潜能，在于你用它们做什么。

这么说的意思在于本书的这种差异：一方面，这些概念可被视为一个个具有某种特定内容与公认价值的金块式信息(*information*)；另一方面，它们又可被当做可能具有的种种意义(*meaning*)。概念无论多么流行，都不可能“包含”(contain)零零碎碎的意义。它们的价值与意义也无需完全依赖特定的或“明显的”内容——正如众所周知的，诗歌中的关联环节(link)既可由涵理(reason)亦可由韵味(rhyme)所打造；而含义(sense)得以形成与其说是由于充足的信息，不如说更有可能取决于隐喻(透过不同的词语传达意义)。

在传播与文化研究领域，留心潜在意义(即使它们是相反的)与寻求准确信息都同样重要。这是因为这种研究的对象，是我们所栖身的社会化世界——我们不是在同一门“精确科学”打交道。本书的基本信条之一(源于结构主义)就在于，没有差异就没有意义。也就是说，符号(比如一般的词语和后面的特殊概念)只有与同一系统的其他符号相互参照才能得到理解。“它们最精确的特征就是其他符号所不具有的特征”(Saussure 1976, P. 117)。这个原则，也适用于这些概念。其中每个概念的意义，都仅仅取决于它与其他概念在本书之内与之之外的关联程度。它们没有什么内在的、固有的意义，而只有建构起来的关联意义，而且其中大部分概念都有不止一层意义。

① (诺克斯堡(Fort Knox)，位于美国肯塔基州北部的一个军用基地，为美国联邦政府黄金储备的贮存处。

如果你用本书的目的仅仅是为自己提供现成的、自恰的、零碎的信息,那么你完全可以把它们用做单篇文章,但它们自身不会包含很多的意义。如果你想充分利用它们,那么你就需要注意它们的关系以及针对多样的、时或变化和矛盾的意义所具有的潜能。这种情况常会以意想不到的方式出现。你可能发现,某些辞条似乎与其他辞条的解释不一致,而就在这种未加说明的差别中可能存在相当重要的问题。因此,我们希望你能发现,这些辞条作为一个整体要大于各部分相加的总和;整体的意味大于个体的言说。但它们究竟意味什么,最终将取决于你对它们的使用。《关键概念:传播与文化研究辞典》中的“关键”(key)一词,是用来打开事物的锁钥,从而使你能够将它们带走,然后加以利用。

作为全新的研究领域,传播与文化研究的特征是其研究工作的变化迅疾、创新不断,在于它总想以新的方式说出新的东西。与此同时,它们向各种成熟学科与学术话语进行广泛的借鉴。因此,对传播与文化研究的初学者来说,经常会有一段摇摆不定的时期;研究者与初学者之间常常缺乏不同程度的沟通。所有的知识领域当然都以其专业的术语与关怀而独具特征,但许多情况下这些知识是由于经年累月才变得为人所熟知,或者说某个学科领域是得益于概论性的书籍和使之为人熟知的课程。传播与文化研究属于多学科交叉的领域,没有统一的、“正宗的”(orthodox)内容与术语。虽然变动不居,但它也是最具吸引力的研究领域之一。因为传播与文化研究发展了新的话语、新的理论、新的研究方法,甚至新的研究、辩论与分析的焦点(“错综复杂的问题群”[problematics])。在这个进程中,我们自己某些最根深蒂固的假设与信念都受到质疑,包括所谓“显而易见”和“常识”的东西完全如其所呈现的那么简单、那么无可争议这类假设。

我们从事传播与文化研究的经验以及相关经验,乃是促使本书问世的直接原因。我们认为,一旦你熟悉这部书,那么它会给你提供许多东西。但与此同时,我们自己的日常工作也清楚表明,开始阶段如果见木不见林,那么即使最富热情的初学者也会觉得心烦意乱。所以,后面的内容就像一个野外向导,帮助你确认某些林木以及它们在树林中的位置。其用意是以便利的形式将某些你会遇到的最重要概念汇集起来,然后将这些概念的使用情况(或可能使用的情况)显示出来。既然传播与文化研究是跨学科的、国际化的,那么我们就尽量对已在这个领域成型或流行的术语及其来源与范围做出解释。许多术语是从成熟的学科直接借用的,例如社会学、心理学、语言学、文艺理论等,尽管其涵义用于传播与文化研究领域可能多少有所改变。其他一些术语现在还比较陌生(foreign),它