

北京市精品教材

大众文化教程



DAZHONG (修订版)
WENHUAJIAOCHENG

主编◎陶东风
执笔◎和磊 贺玉高

Popular culture



GUANGXI NORMAL UNIVERSITY PRESS

广西师范大学出版社

北京市精品教材

大众文化

教程

DAZHONG
WENHUAJIAOCHENG

(修订版)

主编:陶东风

执笔:和 磊 贺玉高



GUANGXI NORMAL UNIVERSITY PRESS
广西师范大学出版社

· 桂林 ·

图书在版编目(CIP)数据

大众文化教程 / 陶东风主编; 和磊, 贺玉高执笔.
2 版. —桂林: 广西师范大学出版社, 2012.7
ISBN 978-7-5495-2395-5

I. 大… II. ①陶…②和…③贺… III. 群众
文化—高等学校—教材 IV. G24

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 162324 号

广西师范大学出版社出版发行

(广西桂林市中华路 22 号 邮政编码: 541001)
(网址: <http://www.bbtpress.com>)

出版人: 何林夏

全国新华书店经销

衡阳顺地印务有限公司印刷

(湖南省衡阳市雁峰区园艺村 9 号 邮政编码: 421008)

开本: 787 mm × 1 092 mm 1/16

印张: 32 字数: 520 千字

2012 年 7 月第 2 版 2012 年 7 月第 1 次印刷

印数: 0 001~4 000 册 定价: 58.00 元

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与印刷厂联系调换。

前 言

在 20 世纪与 21 世纪交替的历史性时刻,中国文化面临深刻转型,其最为重要的标志或许就是大众文化的兴起、繁荣及其对当代中国整个思想—文化—学术图景的改写与重绘。与此同时,学术界对这种转型的回应,集中表现为以大众文化为主要对象的新知识领域——文化研究的兴起。

但毋庸讳言,与大众文化实践迅速占据整个文化生产和消费的中心这个经验事实相比,对大众文化的研究即使在今天也仍然显得严重滞后。这点在现代社会人文知识生产的主战场——高校文科教育中,体现得最为明显。如果说,在我们的大众媒体中,关于时尚、广告、大片、选秀、明星、畅销书、肥皂剧、粉丝等大众文化现象的谈论已经变得无处不在乃至被批评为“炒作”,但在高校的文科教育中,大众文化的教学和研究却仍然处在非常边缘的位置,其合法性远远没有确立。以中文系(多数已经升级为“文学院”)为例,目前中国正式把大众文化研究作为必修课程的学校几乎没有,作为选修课程的也为数不多。与此相应,正式出版的大众文化教科书寥寥可数。这就形成了一种非常荒谬的局面:一方面,学生们平时接触的文化几乎全部是大众文化,他们和其他社会阶层一样地甚至程度更深地沉浸在大众文化的海洋中(唱流行歌曲,读三毛、琼瑶、金庸,看大片和通俗连续剧,疯狂参与各种选秀活动,等等);另一方面,他们学习的课程中居然没有大众文化!

这一咄咄怪事充分显示出了大学人文教育的滞后,或许也间接说明了为什么学生普遍不喜欢上课。

学院外的情况却截然不同,以大众文化为主要对象的文化研究与文化批评在中国(实际上也是全球范围)迅速兴起。^① 无论高校的文科教学,特别

^① 这里说的“文化研究”(Cultural Studies)并不包括所有对文化的研究,而是特定意义上的研究文化的一种视角与方法。文化研究肇始于 20 世纪中期的英国,以英国伯明翰大学当代文化研究中心(CCCS)为机构化标志,大众文化一直是文化研究的主要对象,也是文化研究在英国出现的根本原因。

是文学教育中存在多么强烈的抵制大众文化的力量,文化研究理论还是在20世纪80年代末特别是90年代以降被陆续介绍到中国大陆并运用于当代中国的文学与文化研究,成为90年代以来文学知识生产的主要话语——理论资源之一。它一方面催生了中国大陆的文化研究热潮,同时也对传统的文学观念与文学研究方法产生了极大冲击,并引发了文化研究(批评)与文学研究(批评)之关系的重大论争。可以说,20世纪90年代以来中国人文学术(包括文学研究)之所以呈现出许多不同于80年代的新特点,文化研究视野的引入是重要的原因之一。

文化研究与文化批评在当代中国的出现不是偶然的,其中不但涉及人文科学知识内部的更新问题,而且更不能回避社会文化环境的深刻变化;既有中国本土的原因,也离不开西方文化研究的影响。但是,中国本土的社会与文化现实的变化,特别是大众文化的出现,无疑是最为根本性的原因。

众所周知,从20世纪90年代初开始,中国的社会文化现实发生了巨大的变化,尤其是市场化、世俗化以及它的文化形态——大众消费文化的兴起,使得整个中国文化地形图因之而变化。正是这种变化使得中国知识界感受到了西方文化理论和文化研究的魅力。^①一些研究大众文化的著作开始受到注意,并逐渐流行。两本西方学术著作的接受史能够说明这个问题。一部是杰姆逊的《后现代主义与文化理论》,该书以后现代主义与大众文化为主要研究对象,对后现代大众文化的形态与文本特征进行了通俗而简要的描述(比如平面化、消解深度、机械复制等)。该书中译本虽然在大陆出版于1986年,但在当时并没有受到关注,其原因在于当时中国还没有出现使该书得以流行的环境,换言之,中国的大众文化,特别是本土大众文化还未成气候。到90年代初期,情况发生了变化。此时中国本土已经出现大众文化的兴盛局面(电视剧《渴望》的流行可以作为一个标志),这同时也刺激了学术界了解大众文化的热情。可以肯定,正是对大众文化这个新生事物的兴趣,激发了学术界对杰姆逊著作的强烈需要。另一部是霍克海姆和阿多诺的《启蒙辩证法》。该书中文版初版于1990年。但是对它的大量引用是在1992、1993年以后。依据笔者的看法,其原因同样是这个时期的中国学者迫

^① 最初出现在中国大陆的大众文化是从港台引入的,比如邓丽君的流行歌曲,电视剧《霍元甲》等,时间在70年代末80年代初;而以王朔的小说以及王朔参与制作的电视剧为代表的中国本土大众文化,则兴盛于20世纪90年代初期。

切需要借助西方的理论资源来分析与解读中国当时正在兴起的大众文化热潮。^①

此后,对西方文化研究成果的译介开始成规模地大量涌现,其中绝大多数是大众文化研究成果。事实上,自20世纪90年代晚期至今,来自欧美学术界的“文化研究”或“文化批评”译著,越来越受到人文科学领域的学者与研究生的青睐。与此同时,中国大陆本土的文化研究也在90年代中期左右开始成为引人注目的学术亮点。除了散见于各类刊物的文章以外,还有专门性的学术集刊出版。^②此外,还出现了两个文化研究网站。^③在此基础上,已经有人把西方的文化研究与文化批评作为新世纪重建中国本土批评范式的主要话语资源,不同程度地运用到当代中国文化的研究中,并思考其对中国本土批评理论建设所带来的启示和新的可能性,出现了比较多的大众文化研究专著。^④

对文化研究,特别是大众文化研究兴起的社会历史原因,虽有不少学者已经不同程度地提及,但大多是零星而不系统,有继续深化认识的必要。

第一,值得指出的是,20世纪90年代市场化、世俗化进程的加速发展,大众文化与消费主义的兴盛,成为文化研究与文化批评出现的最重要的社会文化背景。众所周知,20世纪90年代初期,中国的改革开放经过一段时

① 对中国大陆这一时期的大众文化研究的著述的粗略浏览即可以发现,它们绝大多数都大量引用了《后现代主义与文化理论》和《启蒙辩证法》这两本书(虽然存在相当普遍的脱离中国大众文化的实际语境而机械套用这两种理论资源的问题,对此的批评性检讨可参见拙作《批判理论与中大众文化批评》,载《东方文化》2000年第5期)。

② 参见陶东风、金元浦、高丙中主编的《文化研究》丛刊,此刊创刊于2000年,是中国大陆唯一专门的文化研究丛刊,第1-3辑分别于2000、2001、2003年由天津社会科学院出版社出版,第4辑于2004年由中央编译出版社出版,第5辑于2005年由广西师范大学出版社出版。

③ 一个是中国人民大学金元浦教授主持的“文化研究:西方与中国”网站,另外一个上海大学王晓明教授主持的“当代文化研究”网站。前者更加接近文艺学与美学;后者则涉及人文科学与社会科学的各个方面,其特色是关注当代社会热点问题。

④ 大众文化方面比较早的研究丛书是作家出版社于1996年推出的“当代审美文化书系”(在中国的语境中,“审美文化”与“大众文化”这两个术语常常交叉),包括肖鹰《形象与生存——审美时代的文化理论》、陈刚《大众文化与当代乌托邦》等。此外还有金元浦、陶东风《阐释中国的焦虑——转型时代的文化解读》(中国广播电视出版社1999年版)、黄会林等《当代中国大众文化研究》(北京师范大学出版社1998年版)等。在后殖民研究方面,比较早的著作是张颐武《在边缘处追索——第三世界文化与当代中国文学》(时代文艺出版社1993年版)。相对于这些较为专门的研究成果而言,对文化研究这个新的知识生产领域的综合性研究出现比较迟,参见陶东风《文化研究:西方与中国》(北京师范大学出版社2000年版)。

间的停滞以后重新起步,并通过一种变化了的方式以更快的速度发展(其直接标志是1992年邓小平的南方谈话),市场经济引发的社会转型加深、加剧。这一世俗化潮流同样也反映在文化艺术界:被称为“痞子文人”的王朔等所谓“后知识分子”的大红大紫;各种文化产业与大众文化的兴盛;“文入下海”、演员走穴等文化领域的商业化、文人的商人化倾向。这些现象的出现引发了90年代初、中期关于“人文精神”的大讨论,它的核心话题就是大众文化。可以说,文化研究与文化批评作为一种批判性话题的出场,不是或至少不完全是知识自身发展的纯自律的结果,毋宁说它是知识分子对当今的社会文化转型的一种值得关注的回应方式。市场经济的迅速发展、文化市场和文化工业突然“崛起”、大众文化的全国性蔓延,这种种新的文化景观向人文学者提出了急需回答的问题,而具有深切的现实关怀并突出跨学科性的文化研究在这方面恰恰拥有自己明显的优势。

第二,大众文化特别是影像娱乐产业的兴起,文化的视觉化、图像化趋势,使得文学在很大程度上不再是文化与意义的生产与消费中心。影视、广告、互联网、大众畅销读物等新兴媒体文化已经取代文学成为新的主导性意义的生产载体,这个情形与20世纪80年代非常不同。^①现实世界日益复杂化,新的社会形式、生活方式与文化形态层出不穷,对此中国人文知识分子产生了“阐释的焦虑”,他们迫切需要能够解释这个变化着的世界以及知识分子在其中的新位置的思想武器与知识资源,而局限于内部研究的传统文学研究范式显然已经很难胜任这项任务。^②

第三,文化产业的兴起、文化与经济的日益融合,使得包括文学在内的文化生产与传播的技术、机构、实践、物质方面/层面的重要性变得越来越突出。众所周知,传统的文学研究比较多地集中于解读文学文本,分析文学生产的精神—观念属性以及作家的个体才能与创造力,而不太注重文学活动的物质的、机构的、技术的维度(实际上它不是把文学当作一种文化活动或文化实践看待,而是当作作品或产品看待)。这种研究范式随着新的大众媒

① 80年代的情形是文学一头独大,其他的媒体文化或刚刚起步,或根本没有出现,文学承担了反映现实问题、参与政治、启蒙大众、娱乐大众等繁重功能。

② 这里的“传统”是指80年代初和中期形成的文学理论的主导范式。关于这个范式不能阐述当前的文化艺术现象的原因,请参见拙作:《大学文艺学的学科反思》(载《文学评论》2001年第5期)和《日常生活的审美化与文化研究的兴起》(载《浙江社会科学》2002年第1期)。



介与大众文化生产的兴起而显示出了自己的局限性。因为大众文化生产的突出特点正是它的物质化、技术化与机构化(各种文化媒介机构与文化媒介人在其中起了巨大作用),文化艺术在很大程度上已经成为产业,其物质属性、技术属性和商业属性变得越来越突出。我以为这一变化同样是文化研究兴起并受到欢迎的重要原因之一。^① 因为传统的文学研究一直不怎么关注文学艺术的物质性、技术性和产业性,也不怎么研究文化机构、文化媒介人等在文学艺术生产和传播中的作用。于是我们看到,从事文学研究的学者,开始了对各种文化生产机构的关注(比如对商务印书馆的研究、对《新青年》的研究、对《南方周末》文化版的研究、对电视台的某个节目的研究等)。^②

第四,文化研究出现的另外一个重要原因是日常生活的审美化。当代社会与文化的一个突出变化是审美的泛化或日常生活的审美化。从现象层面看,这个“审美化过程”集中表现在我们生活的现实环境(特别是城市)的日益加剧的符号化趋势、“身体产业”(body industry)、“美丽产业”(beauty industry)的兴起、城市环境(如广场与购物中心)的美化、各种城市娱乐活动的剧增等。而从社会结构层面看,它还是一个与产业结构的调整相关的、经过大众媒介而发生的、体现于生产过程、消费过程与现实建构过程的巨大社会—文化变迁。审美化的结果导致了审美/艺术与日常生活之间的界限的缩小乃至消失,文艺/审美活动已经超出所谓纯艺术/文学的范围,渗透到大众的日常生活中,艺术活动的场所也已远远逸出与大众的日常生活严重隔离的高雅艺术场馆,深入到诸如城市广场、购物中心、超级市场、街心花园等日常生活空间与场所。

如果说当代的审美活动、文学艺术活动呈现出明显的“外扩”趋势,那么,我们那套建立在20世纪80年代“自律论”基础上的文艺学话语则恰恰是“内敛”的。一方面是受到西方新批评与形式主义等理论资源的影响,另

① 关于文化媒介人的作用,有一篇题为“把艺术做起来”的报道(《中国图书商报》,2003年2月28日),对王林、黄专、栗宪庭等著名策展人进行了采访,高度评价了策展人在艺术生产中的巨大作用。

② 这个变化反映在研究生教育中则是越来越多的文艺学研究生热衷于选择文学机构研究为自己的学位论文题目。比如近几年首都师范大学文艺学研究生就有选择《萌芽》杂志和新概念作文大赛、《故事会》、百家讲坛、《诗刊》等作为硕士学位论文的选题。四川大学、北京师范大学的研究生也有选择茅盾文学奖、《时尚》杂志为学位论文题目的。

一方面(也是更重要的),清算与告别“庸俗社会学”的急切心理与此类“内在研究”方法之间存在天然的契合,它们共同塑造了文学研究的所谓“向内转”趋势。一时间,文学研究执著地转入对文学的文体、叙事、隐喻、象征、原型、节奏等的研究,强调对文本的细致分析和对艺术形式、艺术技巧的研究与把握。但是这种自律论的文艺学观念与方法面对 90 年代日常生活审美化的事实却显出了自己阐释的无力。笔者已经指出了在这种审美泛化的语境下文艺学所面临的机遇与挑战,以及文化研究兴起的必然性,指出文艺学的出路在于正视审美泛化的事实,紧密关注日常生活中新出现的文化/艺术活动方式,及时地调整、拓宽自己的研究对象与研究方法,呼吁重新建立新的文学—社会研究范式,弥补单纯的内部研究的不足。

第五,知识分子的社会责任意识与参与意识的重新凸显。在 20 世纪 80 年代后期的中国文坛,由于国内政治气候与国外文论思潮影响等多重原因,一度出现了对文学形式的迷恋与关注,作家们热衷于编织“叙述的迷宫”,批评界则大谈所谓“文本的快乐”、“能指的狂欢”,文学创作与批评一度疏离了社会现实(所谓先锋实验小说与批评是其代表),淡化了知识分子的社会批判意识。经过 1990、1991 年的短暂冷寂,随着 1992 年邓小平南方谈话引发新一轮经济大潮,知识分子由于自身的边缘化而开始重新认真思考中国当代的社会文化问题,特别是自己在新的社会现实中的身份认同问题,知识分子的角色意识开始得到强化,强调知识分子的社会批判功能。这种思考一开始集中于知识分子与市场的关系问题(关于“文人下海”的讨论是其标志),后来延伸到对“市场化”、“商品化”、“大众文化”等问题以及中国的现代化模式、全球化等的反思,以及对贪污腐败、道德滑坡、贫富分化、农民工权利保障、教育公平、环境污染等现实问题的关注。^①在这样的语境下,以强烈的政治性、参与性、实践性以及跨学科性为特征的文化批评,为知识分子的社会批判提供了一种非常有利的视角与方法。

总之,文化研究特别是大众文化研究的出现与兴盛并不是偶然的,也不

^① 比如人文学界关于“人文精神”的讨论、关于现代性的反思,乃至关于国企改革、下岗等等具体社会问题的讨论。一个值得注意的现象是,知识分子的社会批判近年来有越来越具体化、务实化的倾向,在许多人文知识分子主办的学术网站已经出现越来越不“专业”的倾向,我们可以在那里发现关于“非典”问题、高考招生腐败问题、“宝马案”等非常具体的社会现实问题的讨论。这似乎表明知识分子的批判话语已经越来越具体化。

是局限于文论内部的一种自我逻辑发展,而是复杂的社会文化现实与文论发展的内在需要共同促成的。假如不对这些复杂语境予以认真的分析,就很难对之作出准确的评价。

我说这些的目的无非是要表明,无论是大众文化还是以大众文化为主要对象的文化研究在中国的兴起是具有必然性的,大学的人文教育没有理由无视这个事实,人文科学的研究者也没有理由回避对它的回应。无论我们如何评价大众文化的价值和意义,它都已经成为我们的主要文化形态,同时也成为大众,包括大中學生乃至小学生参与最多的文化活动形式,此乃不可否定的事实。作为以回应社会现实问题为根本使命的大学,没有理由不把大众文化纳入自己的教学和研究。

这是我们编写《大众文化教程》的主要动机。

作为教科书,我们基本上秉持客观的描述性立场进行写作,同时以传达众家之言而非一家之言为己任。我曾经在《我的教材理念》一文中谈道:大学教科书的任务不是讲授自己的一家之言,也不是表达自己的价值判断(虽然彻底做到这两点并不容易,但不妨努力为之),而是综合众家之言、力求客观公正。就大众文化教材而言,我们的观点是:第一,它承担的任务不是或主要不是表达编写者(作者)个人的、当然也不是其他某个理论家个人的所谓“一家之言”,而是通过学生能够接受的方式,把中外大众文化研究中最主要的、最有代表性的成果和知识积累传达给学生,以便学生在学习结束之后,能够对大众文化领域的研究状况和知识积累有一个基本的了解。第二,我们尽管对大众文化有自己的价值立场,但是我们认为教科书并不是传达自己价值立场的地方,教科书应该把大众文化的历史发展、文本特征、接受方式和生产—传播机制客观地描述出来,让学生对之具有基本的了解,至于价值判断可以让学生自己去做。这是教材和个人学术专著的根本差异。如果说个人学术专著追求的是作者自己的独创性理论发现,是真正的“一家之言”(虽然也免不了就特定问题作学术史的追溯,但是主要的目的是发表自己见解),可以而且应该追求个体性和主观性,那么,教材的主要任务则是介绍别人的观点,如果说它也有个性,那么,这种个性就体现在选择哪些理论加以介绍、如何介绍上面(由于学术共同体对哪些是重要的有代表性的学术观念有一个基本的共识,所以,这里的主观性是非常有限的)。换言之,教材本质上是学术史的一种,但由于它面向学生而不是研究者(特别是当它面向

大学一年级学生的时候),它和一般的学术史存在差异,主要体现在:表述方式的通俗性,选择内容的精练性以及较强的理论概括性。就文艺学教材而言,它不可能像面向专业学者的文学理论史专著那样细致地钩沉中国或西方文学理论的史料发现与发展脉络,也不应该完全按照时间线索进行架构。它应该把既得到历史上众多的理论家关注又有极大时代意义的有代表性的“理论问题”(比如“什么是大众文化?”)提炼出来,然后把关于这个问题的最有代表性的观点和言论精选出来,最后用客观、公允、规范且学生能够接受的教科书语言表述出来。如果说教材也有“独创性”的话,那么它的独创性就是这方面的独创性。教科书不是一家之言,不是判决书,也不是宣传册。而且我们也注意到,在中国的大众文化研究领域,已经有太多的判决书和宣传册,大多人在不怎么了解大众文化的情况下就开始义愤填膺地批判大众文化,声讨大众文化,或者兴高采烈地欢呼大众文化,拥戴大众文化。大众文化曾经长期处于批判席上、领奖台上,而不是实验室中。我们无意再编写这样的判决书或宣传册。



目录

contents

第一章 大众、大众社会与大众文化

- 1.1 大众与大众社会 3
- 1.2 什么是大众文化 21
- 1.3 大众文化的特征与功能 31

第二章 大众文化的几种主要研究范式

- 2.1 文化主义范式 43
- 2.2 批判理论范式 53
- 2.3 文化霸权理论范式 64
- 2.4 能动受众理论范式 72
- 2.5 政治经济学范式 80
- 2.6 结构主义与符号学范式 88

第三章 影视文化

- 3.1 中西影视发展概述 101
- 3.2 好莱坞模式与电影产业 118
- 3.3 肥皂剧的大众意识形态 151
- 3.4 亦真亦假:电视真人秀 168

第四章 流行小说

4.1 流行小说概说	183
4.2 浪漫一言情小说	188
4.3 武侠小说与中国人的江湖情结	205
4.4 金庸小说的经典化	223

第五章 流行音乐

5.1 流行音乐及其发展简史	233
5.2 流行音乐理论辩论:当阿多诺遭遇吉安德隆	249
5.3 听觉视觉化:流行音乐与消费主义	257
5.4 成长的故事:流行音乐的文本分析	266

第六章 网络文化

6.1 互联网的发展与网络社会的崛起	277
6.2 国外网络文化研究状况简介	284
6.3 网络文学	290
6.4 网络与公共领域	307

第七章 广告文化

7.1 广告简史	321
7.2 广告如何制造意义	328
7.3 广告文化背后的权力与意识形态因素	340
7.4 广告效果的暧昧性	352

第八章 视觉文化

8.1 视觉文化的定义	361
8.2 从“语言论转向”到“视觉转向”	365
8.3 视觉的政治	375
8.4 视觉的消费	386



第九章 消费文化语境中的身体

9.1 作为一种社会文化建构的身体发展简史	401
9.2 身体翻身:从手段到目的	409
9.3 可塑的、反本质的身体	415
9.4 身体的审美化:商品价值与权力关系	418
9.5 身体与身份认同	426
9.6 传媒塑造理想的身体	428

第十章 大众文化中的粉丝文化

10.1 粉丝及其行为特点	437
10.2 粉丝狂热原因探析	450
10.3 粉丝文化研究	461
10.4 粉丝文化与粉丝经济	476

附录一 主要关键词索引	486
-------------------	-----

附录二 重要大众文化理论家人名索引	492
-------------------------	-----

初版后记	495
------------	-----

修订版后记	496
-------------	-----

第一章 -----

大众、大众社会与大众文化

大众文化的兴起与大众社会(mass society)的形成是紧密相连的。可以说,正是大众社会催生了大众文化。因此,了解大众社会是我们理解大众文化的起点。在本章中,我们将从大众、大众社会的形成过程来理解大众文化,以便更好、更深入地把握大众文化的特征与功能。





1.1 大众与大众社会

1.1.1 大众社会的兴起

大众社会是一个区别于传统社会的现代社会形态(参阅文框 1.1),是伴随着现代社会工业化的发展、工厂系统和公司制度、官僚体制和科层组织、社会分层与社会分工、移民与杂居、契约与法制等现代社会结构的建立而兴起的。有人曾这样概括过大众社会成立的条件:(1)产业化的批量生产和大量消费者的存在;(2)社会的平权化和民主化的发展;(3)大众传媒的发达和大量信息、娱乐产品的提供;(4)生活水平的全面提高;(5)传统中产阶级的衰退和以白领为主的新中产阶层的扩大;(6)社会组织的官僚化。^①

德弗勒和鲍尔-洛基奇在《大众传播学理论》一书中,曾对大众社会作了如下的界定:“大众社会的概念不等于数量上的大型社会,世界上有许多社会(如印度)有着巨大数目的人口,然而就其社会组织而言,它仍然属于传统的社会。大众社会指的是个人与周围社会秩序的关系。”^②大众社会与传统社会的最大区别,不在人口数量的多少,而在结构关系的不同,而这种不同又主要体现在大众与大众之间、大众与社会权力精英之间的关系上。下面我们分别给予阐释。

① 郭庆光:《传播学教程》,171页,北京,中国人民大学出版社,1999。

② 梅尔文·德弗勒、桑德拉·鲍尔-洛基奇:《大众传播学理论》,杜力平译,174页,台北,五南图书出版公司,1991。