

WESTERN JOURNALISM AND
COMMUNICATIONS CLASSICS

西方新闻
传播学
经典文库

APPROACHES

TO MEDIA

媒介研究的进路

经典文献读本

A Reader

[英]奥利弗·博伊德-巴雷特 克里斯·纽博尔德 编

Edited by Oliver Boyd-Barrett & Chris Newbold

汪 凯 刘晓红 译

新华出版社

西方新闻
传播学
经典文库

APPROACHES TO MEDIA

媒介研究的进路

经典文献读本
A R e a d e r

[英]奥利弗·博伊德-巴雷特 克里斯·纽博尔德 编
Edited by Oliver Boyd-Barrett & Chris Newbold
汪 凯 刘晓红 译

新华出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

媒介研究的进路：经典文献读本 / (英) 纽博尔德编；汪凯，刘晓红译. —北京：新华出版社，2004. 1

(西方新闻传播学经典文库)

ISBN 7-5011-6493-2

I. 媒… II. ①纽…②汪…③刘… III. 传播学 IV. G206

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 115780 号

京权图字：01-2003-6271 号

Approaches to Media

Copyright (c) 1995 Oliver Boyd-Barrett and Chris Newbold

Chinese translation published by Xinhua Publishing House

Authorised translation from English language edition published by

Edward Arnold (Publishers) Limited

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

媒介研究的进路

经典文献读本

[英] 奥利弗·博伊德-巴雷特 克里斯·纽博尔德 编

汪凯 刘晓红 译

*

新华出版社出版发行

(北京石景山区京原路8号 邮编：100040)

新华出版社网址：<http://www.xinhupub.com>

新华书店经销

新华出版社激光照排中心照排

北京振宏福利印刷厂印刷

*

787毫米×980毫米 16开本 44印张 667千字

2004年1月第一版 2004年1月北京第一次印刷

ISBN 7-5011-6493-2/G·2361 定价：70.00元

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

编者导言

走近媒介

奥利弗·博伊德-巴雷特

本书内容旨在辨别和阐明自 20 世纪 40 年代以来传播媒介研究这一领域中的主要学术研究传统（major traditions），尽管人们对此可能持有争议。

编写本书的首要目的，是为学习大众传播的大学生和研究生参阅经典文献提供方便。这些文献被公认对传播研究产生过奠基性影响，或是包含在某个研究传统的主要特征之中。但学生们往往不容易找到它们。有必要强调的是，我们在区分研究传统和选取文章时带有个人偏好，而不是毫无遗漏地选取每个传统中的所有重要文章。因此，人们对它们的基础性地位也许会持有争议。在这一领域内有着深刻的历史性变迁，因此，学生们常常很难追索到较早时候的文章，但这些文章至今还在这一领域发挥着相当重要的影响。编写此书的想法产生于为莱彻斯特（Leicester）大学的大众传播研究中心（Centre of the Mass Communication Research）开设大众传播硕士班（远程教学）所做的准备工作过程中。这个班的学生来自各个不同国家，而他们到好的图书馆查阅资料的条件大不相同。

本书的第二个目的是为这套丛书提供相应的资料介绍。该丛书旨在向人们介绍媒介研究的主要方面的重要研究、例证性材料和基础性影响。我们将它们分为全球化中的媒介、媒介工业和媒介职业、受众与媒介接受、文本和语言四个方面。

无需言明，人们是不能用一种方法来叙述和解释媒介研究历史的。对于它，人们有各种各样的看法，而这些观点之间的张力和冲突本身即构成

了充满魅力的研究领域。甚至，在某些研究者探讨新的研究领域同时，也有研究者在对已经过去 50 年之久的经典研究进行回顾或将其重新概念化 (reconceptualization)。尽管对本书所设定的不同研究传统作泾渭分明的限定不可能也不可取，但阐明不同研究传统之间的主要差别还是有用的。因为：

- 有些作者在研究工作中受到其有意识的归属感的影响，虽然他们并不必然是排他性地按照某个（某些）研究传统开展研究。
- 有些作者通常被认为归属于某个特定的研究传统，尽管他们并不一定参加或明确赞同该研究传统。
- 用符号学范式来辩明研究进路 (approaches) 之间的差异也有助于理解单个进路本身。
- 某些传统显示了它们有意识地自省、发展和进步的过程，通过对它们所走过的历程的考察，我们能最好地理解它们。

值得指出的是，强加在某个研究领域上的分类（分类系统）会夸大研究传统之间的差异而遮蔽它们之间内在的联系。这就是为什么只要有可能，我们最好承认研究者给他本人贴上的标签——尽管这种做法本身也未能克服（对研究传统）作出生硬区分的诱惑。虽然，媒介研究通常对来自后现代主义的批评保持谨慎，但后现代主义对历史方法的藐视以及对互文结构 (intertextuality) 的喜好还是给媒介研究提了个醒：太过认真地看待建立在解释学建构 (hermeneutically constructed) 之上的划分结果是危险的。

如何设定研究传统并不仅限于一种方法，因此，在学者形成的聚合背后，其立场和动机可能是不一样的。我们可以说，某些研究传统是以意识形态轨迹为根据的区分；例如，人们是依照研究中的预设 (premise) 来认识多元主义者的，这个预设就是：社会由多重利益构成，媒介运行于其中，并且是争夺影响力过程的一部分（无论被归属到此传统的特定研究者在当时是否意识到他有可能被这样“冠名”）。另一种聚合的方法是按照方法论来区分；例如，以人种学 (ethnographic) 方法研究受众和接受行为

的新浪潮，其意义只能参照此前流行的霸权理论（hegemony theory）、以及某些更为粗糙的或简化主义的假设的强势地位才能理解——这些理论或假设认为，社会系统的或精英的力量通过媒介对个体的思想和行为产生了影响。

也有些聚合的依据既不是理论的，也不是方法论的，它仅仅是标示某个一般内容领域的类型学标签，例如“公共领域”（public sphere）。在实践中，按照理论、方法论或研究内容所形成的不同聚合往往有着内在的关联。“公共领域”标示着一种广泛的研究兴趣，它将大众传播与个体和群体的观念、政策和政策选择形成过程联系起来，以此考察媒介对政治进程的影响。这个术语是哈贝马斯（Habermas: 1962）创造的，并将他对民主和福利国家发展过程的独特历史考察赋予在该词的内涵之中。这一术语推动了对公共媒介（public media）角色的特别关注，以及对近年来的相反过程——媒介的商业化、私有化、集中化和解管制化（deregulation）的关切。

本书既指明研究传统之间的差异，也关心它们的相似之处。例如，在早期多元主义者的研究和“霸权”研究之间的相似。早期多元主义者提出的问题是：在整合个体的生活、文化与社会的更为广阔的组织化特征这一过程中，大众媒介如何发挥其功能？而“霸权”理论则激进地改变了提问的措辞方式并使“媒介与社会的关系”这一问题人格化了，他们问：大众媒介怎样介入到异质性文化群体的共识建构过程之中，并维护统治阶级和精英的利益？因此，发现某些文章能够很自然地归属到两种甚至更多的研究传统是毫不令人奇怪的。例如，阿多诺（Adorno）和霍克海默（Horkheimer）的经典研究可以被归属到“霸权”理论甚至“公共领域”理论之中；它还可以作为一个导言包括在“文化研究”或是“马克思主义的媒介研究”之中。这里，编者在他们的著作中选取了一段对于“大众社会”的有力陈述，在当时，这篇文章激发了大量有关于此的文学和社会学写作。

我们苦恼地意识到，我们不但没有可能对任何一种我们引以为例的传统作出完全公正的评判，甚至，有些传统在此几乎没有被提及。很多时候是出于版面有限这个原因；有时候则是因为某些研究传统与本书编者着意

介绍的主流社会科学范围相去甚远；还有些研究在本书中被省略是因为将在这套书的其他几本中提供有关的更详尽材料，例如，在“文化（或）媒介帝国主义”这一研究领域，我们仅仅在“政治经济学”那一章提供了希勒（Schiller）1969年的经典文献。我们无法提供“媒介效果研究”所有主要阶段的研究；也没有对心理学和社会心理学的独特贡献加以明确指上——但它们在早期效果研究（如对选举、态度和媒介暴力的研究）中很是得到关注。在第6章中有一节是斯坎内尔（Scannell）和卡迪夫（Cardiff）对英国广播公司（BBC）以社会史方法开展的研究，这是新社会历史学（new social historiography）的一个范例。

近年来在媒介研究的类型和叙事方式上呈现出来的多样性本身即是一个警示，那就是：要拒绝将“真理”价值特别地赋予某个类型的研究。对媒介研究传统所进行的分类，部分地出于研究者对自身研究计划以及将研究与此前研究相衔接的考虑；部分地出于编者在特定时机，以有利性为标准，对研究传统的内在联系或对比的考虑。由我们这个相对较小的知识分子共同体（在相当程度上，他们的共享文化是由对一定范围内的话语和文献的共同接近所支撑的）所提出和影响的分类，在相当程度上不可避免地带有某种倾向；而且，它也一定是暂时性的。对它另行分类完全可以，所以不必奢谈排他性。在选择这种分类的过程中，我们考虑了这一领域内其他作者对此问题提出的（冲突性的）元叙事（meta-narratives）。本书包含10个部分，每个部分都有一篇导读为深入阅读提供指引。在每一部分，我们尽量提供一个好的历时范围，同时尽量展现每个范围不同的关注点。为了保证这些范围的合理性和广泛性，我们倾向于选择完整的章节和文章。在整体上，本书是按照大致的时间顺序来组织的，第2章试图反映出早期理论的主导性贡献；然后是“媒介效果”、“公共领域”、“媒介职业”，再到“文化霸权”、“女性主义”、“活动图像”；最后，是在后福柯时代（post-foucauldian period）独树一帜的、以人种学方法对受众和接受行为进行的研究。本书不包括很多我们中意的20世纪90年代以来的文献，但随后的几本书将弥补这一缺憾。本书的历史性使它成为后面几本书的参考“手册”；它同时也提供了对此领域不同研究传统的看法。

对我们来说，编辑本书也是一次启蒙的经验；有时，当我们重新评价

那些被忽视了几十年之久的研究的价值时，甚至会产生些许感慨。这个领域的发展和进步激励着我们，也使我们对知识风尚的周期性有了深刻的印象。但是，循环并不必然意味着原地打转——例如螺旋。在这个领域中，在立场、关注对象和意识形态上仍然存在诸多差异。例如，对我们来说，“新受众研究”浪潮的成功并不意味着对媒介工业、文化生产和媒介文本保持兴趣的必要性降低了，它与文化产品有着千丝万缕的联系。尽管有些学界人士明确地为了职业培训而不是为了理论发展本身工作，我们还是认为，学界和职业人士之间的鸿沟并未缩小。另外，在那些自觉地为理论雄心所驱使着工作的人和那些不相信理论并对寻求理论感到灰心的人（他们很少在工作中提到现成的学术理论）之间也存在着隔阂。不过，在本书中，我们将优先考虑理论；因为我们相信，通过理论，我们才能取得这一领域中那些最重要的进展。但我们认为，曾经在这一领域的早期激发了理论碰撞的学术热情（如发生在马克思主义者和多元主义者之间的对垒）如今已不再旺盛。里根和撒切尔当政带来巨大的政治变革，苏联和东欧共产党政权的垮台以及亚洲和东南亚国家的经济繁荣等因素使确定性就此终结；这些也导致人们以更多赞赏成分的态度去看待理论、研究设计和方法论中的折中主义、开放观念和对话的价值。

鸣 谢

编辑此类书籍的工作，很不同于撰写一个完全原创性的文本，它对作者收集和组织材料的能力是一个相当大的考验。所以在本书的编辑过程中，我们发现——也正如我们早已意识到的——没有远程教育团队以及我们在大众传播研究中心的同事的支持，该书难以在现在就得以出版。我们要特别感谢课程秘书简·沃克尔（Jane Walker），她为取得本书所摘选文章的版权而奔波；以及研究助理吉姆·麦肯纳（Jim Mckenna），他为整理稿件付出了很大的辛劳。两位的工作对本书至关重要。我们还要感谢我们所有的同事和学生，以及我们的家人，他们不厌其烦地给予了我们支持。

出版商希望我们在这里对以下一些允许使用其版权者表示感谢：

ABLEX Publishing Corporation, U. S. A. for the extract from *Dependency Road: Communications, Capitalism, Consciousness*, pp. 40-7@1981 by D. W. Smythe.

Association for Education in Journalism and Mass Communication, U. S. A for the extract from *Journalism Quarterly*, Vol. 44, No. 3, pp. 419-21@1967 by P. Snider.

Blackwell Publishers, Oxford for the extract from *A Social History of British Broadcasting: The National Culture* (selection from Chapter 13), . pp. 277-80, 286-9@1991 by P. Scannell and D. Cardiff.

Blackwell Publishers, Oxford for the extract from *The Structural Transformation of the Public Sphere*, pp. 37-8, 41-3@1992 by J. Habermas.

British Sociological Association, Solihull for the extract from *The Journal of Sociolo-*

- gy, pp. 359-80; Mass communication and modern culture; contribution to a critical theory of ideology@1988 by J. B. Thompson.
- J. Carey, U. S. A. for the extract from *Communication as Culture: Essays on Media and Society*, pp. 37-68@1989.
- Chatto & Windus, London for the extract from *The Long Revolution*, pp. 57-70; The analysis of culture@1981 by R. Williams.
- Comedia Publishing Group, Gloucester for the extract from *Family Television, Cultural Power and Domestic Leisure*, pp. 146-50 and 153-8@1986.
- Constable Publishers, London for the extract from *Journalists at Work*, pp. 106-14 @ 1971 by J. Tunstall.
- Cornell University Press, NY for the extract from *Story and Discourse: Narrative Structure in Fiction and Film*, pp. 15-42; Introduction, Chapter 1@1978 by S. Chatman.
- J. Curran, London for the extract from *Culture, Society and the Media*, pp. 11-29 @ 1982.
- Elsevier Science, The Netherlands for the extract from *Theory and Society*, Vol. 6, pp. 205-53; Media sociology; the dominant paradigm@1978 by T. Gitlin.
- G. Gerbner, U. S. A. for the extract from *AV Communication Review*, Vol. 17, No. 2, pp. 137-48@1969.
- J. D. Halloran, Leicester for the extract from *Communication and Social Structure: Critical Studies in Mass Media Research*, pp. 21-57@1981.
- Longman Group, Essex for the extract from *Making the News*, pp. 72-6, 78-81 @ 1979 by P. Golding and E Elliott.
- Manchester University Press, Manchester for the extract from *High Theory/Low Culture*, pp. 101-14; Narrative form in American network television@1986 by J. Feuer.
- The Merlin Press Ltd, London for the extract from *The Socialist Register*, pp. 207-23 @by G. Murdock and E Golding.
- Methuen, London for the extract from *Narration in the Fiction Film*, pp. 49-53.
- The Open University, Milton Keynes for the extract from *Culture, Society and the Media*, pp. 56-90; The rediscovery of ideology@1982 by S. Hall.
- Open University Press, Buckingham for the extract from *Popular Culture and Social Relations*, pp. xi-xix; Popular culture and the turn to Gramsci@1986 by Z Bennett.
- Oxford University Press, Oxford for the extract from *Screen*, Vol. 31, No. 1, pp.

45-66; Questions of genre@1990 by S. Neale.
 Oxford University Press, New York for the extract from *Hearth and Home: Images of Women in the Mass Media*, pp. 3-17.

Pinter Publishers, London for the extract from *Communicating Politics*, pp. 45-53 @ by N. Garnham.

Routledge, London for the extract from *Critical Communication Studies: Communication, History and Theory in America: On ignoring history: mass communication research and the critique of society*@1992 by H. Hardt.

Routledge, London for the extract from *Cultural Populism: Populism and Ordinary Culture*@1992 by J. McGuigan.

Routledge, London for the extract from *Narration in the Fiction Film*, pp. 48-62; Principles of narration@1985 by D. Bordwell.

Routledge, London for the extract from *Watching Dallas*, pp. 102-111@1984 by I. Ang

SAGE for the extract from *Media, Culture and Society*, Vol. 1, No. 2, pp. 130-4.

SAGE, London, for the extract from *Journalists at War*, pp. viii-xiv@1988 by D. E. Morrison and H. Tumber.

SAGE, London for the extract from *European Journal of Communication*, Vol. 1, No. 2; Patterns of involvement in television fiction; a comparative analysis pp. 152-4, 166-70@1986 by T. Liebes and E. Katz.

SAGE, London for the extract from *European Journal of Communication*, pp. 207-38; Five traditions in search of the audience@1990 by K. B. Jensen and K. E. Rosengren.

SAGE, London for the extract from *Media, Culture and Society*, Vol. 4, No. 2; Women and the cultural industries, pp. 133-51@1982 by M. Mattelart.

SAGE, London for the extract from *Media Culture and Society*, Vol. 11, No. 2; Class and gender in the hegemonic process class differences in women's perceptions of television realism and identification with television characters@1989 by A. Press.

SAGE, London for the extract *The Uses of Mass Communications: Utilization of Mass Communication by the Individual*, pp. 19-32@1974 by E. Katz, J. G. Blumler and M. Gurevitch.

SAGE, London for the extract *European Journal of Communication*, Vol. 5; The new revisionism in mass communication research-a reappraisal, pp. 145-51@1990 by J. Curran.

- SAGE, London for the extract from *The Theory of the Public Sphere*, Vol. 10, No. 3, pp. 179-97@1993 by J. B. Thompson.
- SAGE, U. S. A. for the extract from *The Functional Analysis and Mass Communication Revisited*, pp. 197-205@1974 by C. R. Wright.
- SAGE, U. S. A. for the extract from *Prime-Time Television-Content and Control*, pp. 84-91@1980 by G. Cantor.
- SAGE, U. S. A. for the extract from *Handbook of Political Communication*, pp. 476-85@1981 by J. Blumler and M. Gurevitch.
- SAGE, London for the extract from *Television and Women's Culture*, pp. 11-21: Feminist cultural television criticism-culture, theory and practice@1990 by M. E. Brown.
- SAGE, London for the extract from *Mass Communication Review Yearbook*, Vol. 2, pp. 37-49: Mass communication research in Europe@1981 by J. Blumler.
- H. I. Schiller, U. S. A. for the extract from *Mass Communications and American Empire*, pp. 94-103@1992.
- Simon & Schuster, Inc., New York for the extract from *Public Opinion and Communication: The effects of mass communication*@1966 by J. T. Klapper.
- Social Research, NY for the extract from *Social Research*, Vol. 45, No. 2, pp. 256-64, 266@1978 by G. Tuchman.
- Speech Communication Association, U. S. A. for the extract from *Critical Studies in Mass Communication*, Vol. 4, No. 2, pp. 100-6: Feminist theories and media studies 1987 by H. L. Steeves.
- Speech Communication Association U. S. A. for the extract from *Critical Studies in Mass Communication*, Vol. 5, No. 3, pp. 219-28@1988 by M. Allor.
- Tuchman, G. for the extract from *Hearth and Home: Images of Women in the Mass Media*, pp. 3-17.
- The University of Chicago Press, U. S. A. for the extract from *Public Opinion Quarterly* Vol. 36, No. 2, pp. 176-87@1972 by M. E. McCombs and D. L. Shaw.
- The University of North Carolina Press, U. S. A. for the extract from *Social Forces*, Vol. 33, pp. 329-35@1955 by W. Breed.
- University of California Press, U. S. A. for the extract from *Six Guns and Society: A Structural Study of the Western*, Chapter 8, pp. 185-94: Myth and meaning@1975 by W. Wright.

University of Texas Press, Texas for the extract from *Morphology of the Folktale*, Chapter 2, pp. 19-24 @1968 by V. Propp.

VERSO, London for the extract from *Women's Pictures: Feminism and Cinema*, pp. 21-42; *The pleasure machine* @1982 by A. Kuhn

VERSO, London and Tanja Howarth Literary Agency for the extract *The Culture Industry: Enlightenment as Mass deception; Dialectic of Enlightenment*. pp. 120-4 @1979 by T. W. Adorno and M. Horkheimer.

VERSO, London and The University of North Carolina Press, U. S. A. for the extract from *Reading the Romance*, pp. 10-15, @1984 by J. Radway.

我们竭尽所能追溯了本书中所用文献的版权并致以谢忱。如有遗漏，请告知出版商，我们将在再版时致谢。

目 录

总序	李良荣(1)
编者导言:走近媒介	(1)
鸣谢	(6)

第一章 媒介研究的领域

1、研究领域的界定	(3)
奥利弗·博伊德-巴雷特和克里斯·纽博尔德	
2、论忽视历史:大众传播研究与社会批判	(11)
汉诺·哈特	
3、媒介社会学:主导范式	(27)
托德·吉特林	
4、大众传播研究的背景	(42)
詹姆斯·D·哈洛伦	
5、欧洲大众传播研究:起源与展望	(53)
杰伊·G·布卢姆勒	
6、大众传播与现代文化:对意识形态批判理论的贡献 ...	(67)
约翰·B·汤普森	

第二章 大众社会理论、多元主义、功能主义

7、媒介研究的早期理论	(83)
奥利弗·博伊德-巴雷特	
8、文化工业:欺骗大众的启蒙	(93)