



未名社科·媒介与社会丛书（翻译版）

Canonical Texts in Media Research

Are there any? Should there be? How about these?

媒介研究 经典文本解读

伊莱休·卡茨 (Elihu Katz)

[美] 约翰·杜伦·彼得斯 (John Durham Peters) 编

泰玛·利比斯 (Tamar Liebes)

艾薇儿·奥尔洛夫 (Avril Orloff)

常江译



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

Canonic Texts in Media Research

Are there any? Should there be? How about these?

媒介研究 经典文本解读

伊莱休·卡茨 (Elihu Katz)

[美] 约翰·杜伦·彼得斯 (John Durham Peters) 编

泰玛·利比斯 (Tamar Liebes)

艾薇儿·奥尔洛夫 (Avriil Orloff)



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

著作权合同登记号 图字 01 - 2010 - 2478

图书在版编目(CIP)数据

媒介研究经典文本解读/(美)卡茨等编;常江译. —北京:北京大学出版社,2011.1
(未名社科·媒介与社会丛书·翻译版)

ISBN 978 - 7 - 301 - 18085 - 3

I. ①媒… II. ①卡… ②常… III. ①传播媒介 - 研究 IV. ①G206.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 225342 号

Canonic Texts in Media Research, edited by Elihu Katz et al.

Copyright © this collection Polity Press 2003

This edition is published by arrangement with Polity Press Ltd., Cambridge

All rights reserved. Except for the quotation of short passages for the purposes of criticism and review, no part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted, in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise, without the prior permission of the publisher.

Translated from Joshua Meyrowitz, "Canonic Anti-Text: Marshall McLuhan's Understanding Media"

© 2003 by Joshua Meyrowitz. All rights reserved. Translated and reprinted with the permission of the author.

书 名: 媒介研究经典文本解读

著作责任者: [美]伊莱休·卡茨等 编 常 江 译

责任编辑: 周丽锦

标准书号: ISBN 978 - 7 - 301 - 18085 - 3/G · 2996

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 话: 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62765016

出版部 62754962

电子邮箱: ss@pup.pku.edu.cn

印 刷 者: 世界知识印刷厂

经 销 者: 新华书店

965 毫米 × 1300 毫米 16 开本 17.5 印张 286 千字

2011 年 1 月第 1 版 2011 年 1 月第 1 次印刷

定 价: 40.00 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 电子邮箱: fd@pup.pku.edu.cn

作者简介

梅纳海姆·布朗德海姆(Menahem Blondheim),耶路撒冷希伯来大学传播与美国研究系,高级讲师。

丹尼尔·戴扬(Daniel Dayan),巴黎国家科学与政治研究中心,媒介社会学教授。

迈克尔·古列维奇(Michael Gurevitch),马里兰大学新闻学院,教授。

唐·韩德尔曼(Don Handelman),耶路撒冷希伯来大学社会学与人类学系,人类学教授。

伊娃·依鲁兹(Eva Illouz),耶路撒冷希伯来大学社会学与人类学系,高级讲师。

伊莱休·卡茨(Elihu Katz),宾夕法尼亚大学安能堡传播学院,教授;耶路撒冷希伯来大学社会学与传播学系,名誉教授。

泰玛·利比斯(Tamar Liebes),耶路撒冷希伯来大学传播学系,教授。

尤瑟法·洛西茨基(Yosefa Loshitzky),耶路撒冷希伯来大学传播学系,副教授。

约书亚·梅洛维茨(Joshua Meyrowitz),新罕布什尔大学传播学系,教授。

艾薇儿·奥尔洛夫(Avril Orloff),宾夕法尼亚大学安能堡传播学院硕士,作家、学者。

约翰·杜伦·彼得斯(John Durham Peters),爱荷华大学传播学教授。

埃里克·罗森布勒(Eric W. Rothenbuhler),纽约新学院大学媒介研究研究生项目主任。

派迪·斯坎内尔(Paddy Scannell),威斯敏斯特大学哈罗校区传播与创意产业学院,教授、研究主任。

彼得·西蒙森(Peter Simonson),匹兹堡大学传播学系,助理教授。

加布里埃尔·韦曼(Gabriel Weimann),海法大学传播学系,教授、系主任。

目 录

前言 他山之石	1
---------------	---

第一部分 哥伦比亚学派

概述	11
----------	----

第1章 哥伦比亚的批判研究:拉扎斯菲尔德与默顿的 《大众传播、流行品位与组织化社会行为》

..... 彼得·西蒙森(Peter Simonson)、 加布里埃尔·韦曼(Gabriel Weimann)	13
历史的谬误:既有的常识	15
20世纪40年代的传播研究	17
默顿与拉扎斯菲尔德在哥伦比亚	19
论文的主题	23
拉扎斯菲尔德与默顿的后续影响力	29
结论	31

第2章 赫佐格《论借来的体验》在“主动受众”争鸣中

的地位	泰玛·利比斯(Tamar Liebes)	40
赫佐格被误解了?		40
缘何《论借来的体验》可被归入法兰克福学派		42
程式化文本——控制抑或解放?		43
替代性快感:表达攻击性抑或遁入“感情真实”幻想?		47
解读受众动机的策略:精神分析、功利主义与文学		49
哭泣:我们需要付出代价吗?		50
肥皂剧迷:赫佐格的第二个研究项目		51

第二部分 法兰克福学派

概述	57
----------	----

第3章 霍克海默与阿多诺的奥义:读《文化工业》有感

..... 约翰·杜伦·彼得斯(John Durham Peters)	59
理解的障碍	61
关于本书的讨论	64
《文化工业》的思想渊源	65
一种补偿式解读	66
评价:《文化工业》的利与弊	71

第4章 情境化的本雅明:论《机械复制时代的艺术作品》

..... 派迪·斯坎内尔(Paddy Scannell)	76
导言	76
20世纪30年代的艺术与政治	77
艺术、复制与灵韵的消失	79
音乐拜物教	83
自主艺术	86
后续影响	88

第5章 拯救消费:论洛文塔尔的《大众偶像的胜利》

..... 伊娃·依鲁兹(Eva Illouz)	92
《大众偶像的胜利》	95
一种批判文化视角	96

第三部分 芝加哥学派

概述	107
----------	-----

第6章 沃斯《共识与大众传播》中的共同体与多元主义

..... 埃里克·罗森布勒(Eric W. Rothenbuhler)	110
以传播为核心概念的社会学	111
文化与日常生活	113
大众	114

舆论与媒介控制	116
共识	117
种族与文化多元主义	119
第7章 受众即人群,人群即公众:对朗格夫妇《芝加哥的 麦克阿瑟日》的再思考	
..... 伊莱休·卡茨、 丹尼尔·戴扬(Elihu Katz and Daniel Dayan)	125
作为集体行为的麦克阿瑟日	126
朗格夫妇看见了什么	127
朗格夫妇没看见什么	129
“准经典”的命运	134
大众癫狂症?	136
“受众即人群,人群即公众”假说	138
第8章 通往虚拟偶遇之路:霍顿与沃尔的《大众传播与 类社交互动》	唐·韩德尔曼(Don Handelman) 142
另一方面的情况	144
类社交互动:详述霍顿与沃尔的观点	146
冷媒介、触觉凝视与自我的内在社交性	147
心灵的社交:看电视的虚拟偶遇之路	152
 第四部分 多伦多学派	
概述	159
第9章 哈罗德·英尼斯与传播的偏向	
..... 梅纳海姆·布朗德海姆(Menahem Blondheim)	161
相关性:《传播的偏向》及其读者	164
崇高性:被经典化的英尼斯	171
革命性:《传播的偏向》与传播决定论	180
革命性:“偏向”的起源	183
拓展性:“偏向”、现在与未来	187
第10章 经典反文本:马歇尔·麦克卢汉的《理解媒介》	
..... 约书亚·梅洛维茨(Joshua Meyrowitz)	197

麦克卢汉对文本分析的拒斥	197
麦克卢汉式的历史	201
主要原理	202
麦克卢汉的声望沉浮	206
复兴	211
结论:不可或缺的反文本	215

第五部分 英国文化研究

概述	223
----------	-----

第11章 昔日之丰裕:雷蒙德·威廉斯的《文化与社会》

..... 约翰·杜伦·彼得斯(John Durham Peters)	226
作为社会理论的思想史	227
20世纪50年代的大众传播理论化	228
批判性与经验性之间	230
国家的复杂性	237

第12章 赢得经典? 斯图亚特·霍尔的《编码/释码》

..... 迈克尔·古列维奇(Michael Gurevitch)、 派迪·斯坎内尔(Paddy Scannell)	242
为一篇文章立传	243
一个关于“立场”的模型	246
转变中的文本	248
1980年版	249
《〈举国上下〉的观众》:对理论的经验性应用	252
经典化的开端	254
经典化如何实现?	255
质疑与结语	256

第13章 在文化研究时代回顾墨维的“视觉快感”

..... 尤瑟法·洛西茨基(Yosefa Loshitzky)	259
----------------------------------	-----

译名对照表	271
-------------	-----

前言

他山之石

即使没有那两个字母“n”，经典(canon)*也是个极具爆发力的词。编辑一本题为“经典文本”的书，不啻令自己身陷战争的泥潭——自从在耶路撒冷的一次会议上产生了这个想法后，我们就走过了这样的历程。后来，在阿卡普尔科(Acapulco)**国际传播学会的一次会议上，一位同僚愤然指责我们：“你们不能那样做！”而朋友们则劝阻：“若你们真要编这本书，不妨换个标题，比如‘基础’、‘原创’或者‘权威’，但别贸然使用‘经典’。”“为什么不能呢？”我们反问道。结果，又一轮炮轰开始了。

“经典文本等于权威，”有人说，“那就意味着我们要对现有文本作出取舍，选择一些，忽视其他。”“应当由谁来选择？”又有人问。“像通常那样，由那些资深和优秀的人来选。”答案出来了。“开列书单有碍创新，”有人告诉我们。“给我们创新成果，而不是纪念性作品。”“这只是个研究领域，不是个学科；我们应该天马行空地漫游，就算偶尔迷路，也强过拾人牙慧。”有人说。另一个人说：“这甚至连一个研究领域都算不上。媒介研究仅有五十年历史，现在确定鼻祖为时过早。”他补充说，“另外，我们的任务是与变迁中的现实打交道，而不是挖掘陈年旧账”。简而言之，同僚对这本书的反对意见集中于诸多限制可能带来的危险，以及对摆脱权威、准则、方法与传统，实现回归自由的渴望。

我们不会屈服，甚至不会放弃“经典”的提法。这并不等于对批评的观点全盘否定，但在大方向上我们绝不会动摇。我们希望这项工作能对致力于传播学这一跨学科领域(是的，是领域)的学者们有所裨益。否认该领域的存在是不切实际的，尽管传播学的边界在哪里仍是个众说纷纭

* 该词同时有“大炮”的意思。——译者注

** 墨西哥南部港口城市。——译者注

的话题。也许文化研究始终反对将自己界定为一个领域,但传播学则不然。就媒介研究而言,许多学术论文的研究证明:传播学正在努力将自己建设为一个学科。这一过程并非在某个单一层面上开展,而是于诸多理论、方法和“界限”间进行有益的对话。所谓“领域”,就是不断筛选哪些应当摒弃、哪些值得保留的过程(McPhee, 1963)。然而,尽管威望常常属于那些历史悠久的文本,时间的检验却并非基于威望,而是建立在持久的相关性的基础上。同时,教条主义和自以为是的态度也是不可取的,应当让论战各方的代言人均能发出自己的声音。具有讽刺意味的是,经典文本往往可以超越争论双方之间的鸿沟,只要他们的争论具有相关性——卡尔·马克思(Karl Marx)和马克斯·韦伯(Max Weber)就是很好的例子。而我们出版本书的目的,大抵也在于此。

至于我们所强调的“经典”,指的是那些被研究者视作“耐用品”而留存至今的文本,包括著作和艺术作品等。对此,我们应当讨论后人如何对其加以扬弃的过程,而不能不假思索地“拿来就用”。有两个隐喻可以用来描述这个过程:一是“站在巨人的肩膀上”,二是“他山之石,可以攻玉”。

罗伯特·默顿(Robert K. Merton)(1985)写过一篇导读性文章,异想天开地探讨了“肩膀”隐喻的起源与历史。他意图使我们明白:科学并非膜拜巨人及其作品;恰恰相反,科学踩在巨人的肩膀上是为了看得更远。然而,巨人并非俯仰皆是,而需要我们精心选择。这就涉及第二个隐喻了:我们在前人与同辈的启迪下展开阅读、写作和研究,在如此平凡的工作中找寻属于自己的“肩膀”。感知前辈存在的过程,也许一开始并不清晰,但他们始终在冥冥之中指引我们选择适合自己的方向。我们“创造出”自己的前辈与先人,并最终以之为母体开始了自己的探索。对母体的了解越深刻,我们从中获取的益处也越多。^①

上述两个隐喻均与我们和学术前辈之间的互动密切相关。在学术研究中,积累先前的知识是非常必要的。这既是一个教育过程,又会在我们需要知识的时候实现温故知新。有时,积累知识似乎只是为了传承和延续,正如库恩(Thomas Kuhn)(1970)在其“规范科学”中所强调的那样;而

① 在《密西拿经》(Mishna)中,《先祖言论》一章包含了强制信徒“为自己指定拉比/教师”的内容;后世的阐释者亦认可共享式修习与尊师重道的重要功效,哪怕被指定的“教师”在某些方面尚不及学生渊博。

有些时候,修习过去的知识只是为了将其树为反抗的标靶。科学著作既融于传统又反对传统,而传统则会对知识进行精心选择,将其中一部分加以消化吸收。历史所包含的一切几乎都一样有趣,而传统则会进行淘洗,有些内容会受到重视,有些则变得无足轻重。举例来说,斯图亚特·霍尔(Stuart Hall)从葛兰西(Antonio Gramsci)的著作中发掘出媒介权力理论,这就是传统在发挥作用,对“先前的知识”作出了有意识的选择。

经典始终处于生产与再生产的循环中,最有趣之处在于其回溯性效应。经典能够重组过去,也能够发现(或创造)起源。一旦经典以艺术作品或伟人著作的形式被生产出来,它即开始通过特定方法来记录过去,同时对另外一些路径予以摒弃。经典仿若一本家谱,沟通父辈与子孙的心灵(用《圣经》上的话说),以契约和遗产的名义传承家族财富。

上述两种关于经典的观点揭示了我们作出的种种努力:无论借助他山之石,还是设法自力更生,都必须首先“感知巨人的存在”。这一观念与另外两个关于经典的观点相冲突:一是霸权观,即将经典视为操纵与垄断;一是传统观,即认定从“亦真亦幻”和“夸大之词”中找寻“真正的巨人”并非难事。

从深受福柯影响的关于“学科构成”的理论著作,到社会学早期著作,再到所有关于经典筛选标准的广泛讨论中,我们都可以清晰地看到:经典乃是最重要的一种制度性建构。例如,某些关于文学经典的研究即否定了下述观念:判断一部文学作品是否经典的标准在于其文本自身包蕴的品质,而非文本所能赋予读者的社会地位。我们可将经典视为一个时尚系统,或精英品位再生产的方式,或社会阶层的缩影。如此看来,经典文本仿若利益集团的“集会”(不朽人物的集会);那些包罗万象的文学经典,关涉所有人,或所有欧洲人,或所有白人,折射出现实社会的权力分配。例如,有关荷马在文学史上占据何种地位的争论,展示的就是男性白人精英的审美趣味(Herrnstein-Smith, 1988, ch.3)。

若某一文本无法忝列经典,必是出于种种制度性原因,而与其自身的品质无关。爱丽丝·沃克尔(Alice Walker)的《紫色》(*The Color Purple*)之所以在20世纪80年代跻身经典之列,皆因其填补了彼时大学英语教育的空缺:其作者是黑人,小说亦记录了奴隶惨遭性虐待的历史。与之类似,加缪(Albert Camus)的《局外人》(*L'Étranger*)得以在二战之后获取经典地位,只因它短小精悍、可读性强,适合修习法语的高年级学生。另外,许多社会学研究也努力揭示,被视作经典的著作并非都是完美无缺的。

很多批评家认为,应当对经典的“优越感”持怀疑态度。不过,还有一类观点很值得我们深思。文学批评家哈罗德·布鲁姆(Harold Bloom)指出,经典并非阶级阴谋的产物,而是由有能力继承前辈的思想家和艺术家生产出来的。对持此类观点的人来说,与其强调“制度化”,毋宁认定经典只是艺术灵感迸发的产物。在布鲁姆看来,只有无畏的想象或出类拔萃的艺术家——如柏拉图、莎士比亚、贝多芬或甲壳虫乐队——才能对后人有所激励,而社会网络的接近、附属和分配关系则毫无用处。批评者将布鲁姆视作被精英主义宏伟愿景所迷惑的极端个人主义者,而布鲁姆则将多元文化主义者视为“一群不明就里的社工”,指责其无法体味文学的韵致。

姑且不论争论的细枝末节,有一点是显而易见的:经典既可成为社会权力的产物,也能成为艺术发明的档案。这是文化社会学的传统观点:文化作品不会因为自己成为社会学研究的对象而丧失原有的文化属性。人们可以按照研究生产汽车、纺织品和冷冻豌豆的方式来研究电影、报纸与流行音乐的生产,完全不必忽视后者所承载的象征意义。同理,我们可以从社会学的角度解释经典的生成,但是这种解释并不能穷尽经典(或非经典)作品启迪读者,或引起读者反感的方式。那些跻身经典之列的作品会同时从制度与想象力两方面发挥作用。当然,在社会学意义上,从彼此竞争的文本中选拔经典不可能做到完全中立;但我们也绝不能将这一过程简化为对政治倾向与审美趣味的人口统计归类。

经典是由知识界发明出来的。因此,将经典视为摒弃智力及兴趣因素的制度阴谋就大错特错了。经典的功效在课程教学大纲中体现得最为明显,人们用经典的标准来对文本作出筛选和剔除。有了经典,学生与学者的效率大大提高,不必漫无目的地挣扎在浩如烟海的文献之中。经典是赶超前人的关键,是处理海量文献的捷径。如今,文化生产愈益普及,学术研究的发展无论从深度还是广度上,都非任何人仅凭个体能力所能企及。因此,对文献门户(借用互联网用语)的渴求达到史无前例的强烈程度。出于教学目的,需在对海量印刷品作出筛选和组织时遵循一套标准;尽管这套标准无法做到社会学意义上的不偏不倚,但离开了标准,一切学术与艺术机构都无法正常运行。在知识编纂极为重要而又极度稀缺的情况下,经典就是编辑工具,就是搜索引擎。

经典需要保存和欣赏。它们理当然是保守的,因其目标就在于保护遗产并建立谱系。但是,经典也为后世的创新提供了条件。毕竟,原创

不等于蛮干；只有寓于传统或偏离传统的原创性才能够被人理解，一如瓦尔特·本雅明（Walter Benjamin）所言：伟大的艺术作品要么创立一种风格，要么破坏一种风格。这道理对科学领域同样适用。

经典提供捷径、建立标准并明确研究的起始点。若对经典一无所知，研究工作势必落伍于时代，或显得残缺不全。人文社会科学领域的研究无可避免地要和先人对话（尽管自然科学常常抑制或罔顾阐释因素，但后者的重要性却是不容抹杀的）。经典是边界模糊的动态分类，作者或文本可以来去自由。新作品的出现会改变旧作品的序列。

经典也有可能渐渐失效，这一风险存在于一切可知的文化类型中。既然一切创新都无法脱离传统，我们更需用经典去激发后人的反抗精神，这对于新作品的诞生至关重要。在绝大多数学术活动中，经典或许是促使反抗意识生发的必然因素。

作为一种创造性劳动，学术研究就如同与虚构的笔友进行远距离通信，而经典的使命则是帮我们挑选通信的笔友。困难之处在于，一旦你选定了他们（或他们选择了你），再想脱离关系就变得极为困难了，甚至需要付出昂贵的代价。此外，你还得设法应付诸位旁系“亲戚”，以及继承序列上的其他觊觎者。血统和从属关系是学术政治中的战略性问题。选择太老的经典，不利于标榜学科的独特性；选择太新的经典，又会影响学术成果的丰富性。

即便是那些反对我们写作此书的最尖刻的批评者，也都在隐秘处各有自己的一套经典文本。他们或许不喜欢经典，却也如我们一般不可免俗地被那些伴随自己度过学术生涯的著作与文章所牵扰。经典或许极具启发性，或许令人心烦意乱，但经典一直存在，不会消匿。有些文本年复一年地出现在各色阅读书目上，有些作者也在我们的索引表中居显著地位——不是我们懒惰，而是他们的确名至实归。当然，在大多数情况下，每个人都有自己偏爱的经典。这真是件麻烦事——每个人的品位不同，心中的经典也不同，这仿佛是种隐私，拿出来公开讨论会令人尴尬。因此，当教授们在学术委员会上谈论是否该为博士生资格考试列一个核心阅读书目时，大多数人拒绝了。的确，尽管我们身在同一个学术领域，但每个人的研究兴趣却是各不相同的，把它们勉强罗列在一起实在毫无意义。事实上，我们每个人都应该做好自己的事，不必去关注其他人的“秘密经典”，我们的学生自会将其整合为一体。

无论如何，我们还是打算通过这本书来对媒介研究领域的经典做一

整理。我们精选了13个文本(都是文章而非著作)作为候选经典。为避免争议,不妨称其为“媒介研究基础文本”。本书收录的13篇原创文章是对13篇经典文本的批判性综述。事实上,有几篇文章的批判性是如此强烈,以至于我们需要重新考量它们所批判的“经典”到底有无资格跻身经典之列。除两个特例外,我们选择的经典文本均发表于40至60年前。

因本书旨在供传播和媒介研究领域的学者——哦,对,还包括文化研究的高年级学生及其导师——参考使用,故并未收录经典候选文本本身。那些文本大家都熟稔于胸,更可轻易在图书馆找到。不过,需要指出的是,有些文本的名气已大不如前。拉扎斯菲尔德(Paul Lazarsfeld)与默顿(Robert Merton)的《大众传播、流行品位与组织化社会行为》(“Mass Communication, Popular Taste and Organized Social Action”)以及霍克海默(Max Horkheimer)与阿多诺(Theodor Adorno)的《文化工业》(“The Culture Industry”)从未脱离人们的视野,借助布朗德海姆(Menahem Blondheim)的标准,没人能怀疑其“革命性与相关性”;但其他一些文本,如马歇尔·麦克卢汉(Marshall McLuhan)的《理解媒介》(“Understanding Media”),则会时不时地离开研究者的视线。另外,有些文章曾经名满天下,如洛文塔尔(Leo Lowenthal)的《流行杂志中的传记作品》(“Biographies in Popular Magazines”)、库尔特·朗格(Kurt Lang)与格莱迪丝·朗格(Gladys Lang)的《电视的独特视角》(“Unique Perspective of Television”)、霍顿(Donald Horton)与沃尔(Richard Wohl)的《大众传播与类社交互动》(“Mass Communication and Para-Social Interaction”),以及赫佐格(Herta Herzog)有关广播肥皂剧的文章。此外,还有一些文章,如沃斯(Louis Wirth)的《共识与大众传播》(“Consensus and Mass Communication”),虽已被人们长久遗忘,却值得重温。

上述文本与传播研究的五大“学派”密切相关:芝加哥学派,亦即传播研究的发源地;哥伦比亚学派,以劝服和满足研究著称;法兰克福学派,批判媒介研究的重镇;多伦多学派,以技术决定论著称;以及英国文化研究学派——若非因其影响力已遍及整个英国和世界的话,不妨以“伯明翰学派”代称。在本书中,每个学派都至少有一篇“基础性”文本,以及一篇或多篇卫星文本来描述该学派的研究。读者会发现本书没有涉及其他研究中心,比如以对电影和文化进行符号学研究而著称的巴黎学派,以及以实验方法研究大众说服的耶鲁学派。对于这般忽略,作为编者,我们只能致歉。

本书收录的文章亦可根据主题分类,并非仅仅以学派为轴。显然,批判学派和经验学派之间的辩论存在于法兰克福学派和哥伦比亚学派意识形态之争中。芝加哥学派与哥伦比亚学派之间还就方法论问题展开关于民族志研究和调查研究的争论。同时,书中还会出现有关“主动”受众的论述,以斯图亚特·霍尔、霍顿和沃尔为一派,以朗格等人为另一派。有关技术影响力和文本影响力的争论在英尼斯(Harold Innis)、麦克卢汉,以及拉扎斯菲尔德和默顿或洛文塔尔的文章中有所体现。女性主义与媒介和电影研究的相关性是劳拉·墨维(Laura Mulvey)文章的主体,同时赫佐格的文章对其亦有涉猎。换言之,我们所选的经典文本涵括各种不同观点,它们彼此间的冲突不会平白消失,而研究领域的边界恰恰是在论辩与争鸣中确定的。

我们亦可以学派内部的差异为主题来组织这些文章——这或许是个更好的办法。事实上,本书甄选的文章暗含了一个意义:媒介研究领域的共同记忆倾向于依出处而非主题对经典文本作出分类,这是完全错误的。鉴于此,我们认为,赫佐格,乃至拉扎斯菲尔德和默顿,当然也包括朗格夫妇,均应在批判学派内享有一席之地,而本雅明则应被置于技术理论家之列,尽管他隶属于法兰克福学派。

希伯来大学斯马特传播研究中心于1996年5月在一次由泰玛·利比斯(Tamar Liebes)组织的会议上发起了这个研究项目。约翰·彼得斯(John Peters)和伊莱休·卡茨(Elihu Katz)旋即加盟。随着研究的深入,艾薇儿·奥尔洛夫(Avril Orloff)因提供大量帮助而被擢升为主编。编辑工作得到宾夕法尼亚大学安能堡传播学院(Annenberg School)的资助,在此特向系主任凯瑟琳·杰米逊(Kathleen Jamieson)致谢。同时,还要感谢华盛顿安能堡公共政策研究中心及其主任罗里斯·斯拉斯(Lorie Slass),感谢他们为编辑团队组织了一次编辑会议。最后,特别感谢出版社编辑约翰·汤普森(John Thompson)给我们的建议和鼓励,以及那些令人愉快的通信。

参考文献

Herrnstein-Smith, B. (1988) *Contingencies of Value: Alternative Perspectives for Critical Theory*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Kuhn, T. (1970) *The Structure of Scientific Revolution*, 2nd edn. Chicago: University of Chicago Press.

McPhee, W. N. (1963) *Formal Theories of Mass Behavior*. New York: Free Press.

Merton, R. K. (1985) *On the Shoulders of Giants: A Shandean Postscript*. New York: Harcourt Brace Jovanovich.

第一部分

哥伦比亚学派