

<<积极受众论>>

图书基本信息

书名：<<积极受众论>>

13位ISBN编号：9787508731872

10位ISBN编号：7508731875

出版时间：2010-4

出版时间：中国社会出版社

作者：金惠敏

页数：159

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<积极受众论>>

### 前言

思想，往往被视为令人神往而略显玄远的词汇，实际上，它是百姓日用而不知的寻常之物。人生活在一个意义的世界，只要去自觉其意义，就不会没有思想。

马克思说：“理性向来就存在，只不过它不是永远以理性的形式出现而已。”

思想无所不在。

有了思想，就会有对思想的思想，这便是反思。

人类总是在不断反思：反思人之为人，反思美好生活；反思道德法则，反思精神信仰；反思经济活动，反思社会准则；反思审美，反思求真；反思人与自然，反思人我之间；反思理论的，反思实践的；反思本土的，反思域外的；反思传统的，反思现代的；反思推动科技昌明，反思科技的负面影响；反思资本主义，反思工业主义；反思理性，反思非理性。

人类进步少不了反思，社会发展离不开思想。

思想赋予知识以活力，转识成智，豁然贯通，以利于先立其大者；思想赋予生命以意义，化腐朽为神奇，把平淡的生活变得意味深长。

## <<积极受众论>>

### 内容概要

积极受众论是伯明翰学派对电视研究的一大贡献，而从广义的大众文化研究看，也是对法兰克福学派“文化工业”论的一个重大突破。

现今，积极受众论已成为英国文化研究的基本库存，以及当代传播学研究的基本定理。

《积极受众论:从霍尔到莫利的伯明翰范式》从对霍尔的解码\编码模式的分析中，尤其是从对莫利的人种志研究和有关理论阐说的细读中，批判了其间所存在的在话语层面寻找积极受众的不彻底的路子，而推演出一个社会本体论的“受众”概念。

它假定，受众是因其作为社会本体的存在而具备为“抵抗”所凸显的积极反应的能力的；或者，更可以不无马克思或弗洛伊德地说，受众的“物质性存在”才是其积极或抵抗的最终解释。

<<积极受众论>>

书籍目录

引言第一章 受众之作为话语主体第二章 挣扎在话语的铁屋子里第三章 迈向社会本体论的受众余论 中国例子外篇第四章 听霍尔说英国文化研究——斯图亚特·霍尔访谈记第五章 霍尔的文章，  
麦克罗比的眼睛——霍尔文化研究三大主题平议第六章 一个定义，一种历史——威廉斯对英国文化  
研究发展史的理论贡献附录积极受众论与英国文化研究——戴维·莫利教授访谈录(英文)文化研究的  
若干理论问题——金惠敏教授访谈录后记

## &lt;&lt;积极受众论&gt;&gt;

## 章节摘录

宣布电视即话语，即使在其中无论怎样强调其开放性、多义性，并不能使霍尔多么地走出法兰克福学派的“文化工业”或者波德里亚的“拟像”，因为他们都处在媒介文本之内，前者机警于文本的裂缝，而后者则视而不见。

所以“电视话语”工业和“拟像”假定了在整个电视过程中文本力量的绝对控制。

对于阿多诺和霍克海默而言，资本主义“大众文化”的实质就是“文化工业”，它不是从大众中“自发地”产生的文化，不是“通俗艺术的当代形式”，而是“程度不同地依照计划被制造出来”；“文化工业刻意地从上整合其消费者”。

因而在“文化工业”的生产和流通中就不可能有受众的位置，“大众不是第一位的，而是从属性的，他们是被盘算的对象，是机器的附属品。

消费者不是国王，文化工业可能要我们相信这一点，不是它的主体，而是它的客体。

”也同样是从小文本的首要性出发，波德里亚则甚至解除了“大众”概念。

如果说受众从前一直被定义为对信息的接受或进而的回应，但由于“拟像”早已内爆了真实和虚假的界限，一切文本除了自身之外便无所指涉，那么作为以接受为本的受众也随之被取消。

波德里亚想象一种不在媒介传播之内的大众/受众，以“沉默”或“消隐”为特征，但这种不进入媒介“现象”和“经验”的“自在”大众又如何能够构成一种形式的对媒介拟像的挑战、抵抗和颠覆呢？

拟像理论显然无法回答这一问题，因为它太现代了，而法兰克福学派也不可能设想大众之任何形式的自主和批判，因为它太现代了。

## <<积极受众论>>

### 媒体关注与评论

通过将“积极受众”概念置于哲学语境，金惠敏对英国文化研究做出了颇富洞见和启迪的阐释。我相信，这将是走向一个新版本的文化研究的第一步。

——雷纳·温特（Rainer Winte），德国社会学联合会传媒分会会长，奥地利Klagenfurt大学文化与传媒理论教授，Transcnp文化研究丛书主编 金惠敏对于莫利可谓知己，而且对于受众之形成的认识，丝毫不亚于莫利本人。

……如果说莫利在电视传媒受众研究方面辟出了一条另途，那么金惠敏对莫利的阐释，将为中国当下的电视传媒研究划出一片崭新的思想天地。

——谢少波，加拿大加尔格里大学英文系文化研究与理论副教授，国际名刊Ariel杂志（1970年创办）评论主编 媒介时代的“受众”以前被认为是消极的，亦即受众不能反馈或参与社会事件的报道和叙述，乃至文化生产。

自上世纪50年代有人提出资讯的“两步流通”说之后，更有英国的霍尔、莫利等人将“积极受众”理论纳入当代文化研究的范畴。

这个理论还可追溯到雷蒙·威廉斯从“普通”和“日常生活”角度对“文化”概念的再界定。

随着网络的汇集技术的出现，受众以博客、手机、iPod、facebook、Youtube、twitter等各种形式积极参与文化生产已经成为普遍现象。

积极受众理论值得中国的重视，也有待当地化和深化。

金惠敏的这本书把我们带到“积极受众”理论在英国的源头。对国内文化研究的贡献不言而喻：他和这个理论的两位关键人物的交谈更开了中国学界和西方学界就此话题对话的先河。

期待这本书引起更广泛深入的研究和讨论。

——童明（刘军），美国加州州立大学洛杉矶分校英语系教授

<<积极受众论>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>