

第一章 绪 论

媒介文化理论与当代文学观念的研究，是20世纪90年代以来最为重要的文学现象之一。将媒介文化理念与文学观念融合在一起，揭示媒介文化理论与当代文学观念的相互影响，评价媒介文化理论基本的文学态度和文学主张，分析媒介文化环境下当代文学观念的新变化和新的理论建构，是媒介文化理论与当代文学观念研究的主要内容。本部分对媒介文化与媒介文化理论的基本范畴、媒介文化理论与文学观念研究的现状、媒介文化理论与当代文学观念研究的理论意义、媒介文化理论与当代文学观念研究的思路和结构等问题做出分析和阐述。

一、媒介文化与媒介文化理论

对媒介文化的界定，是媒介文化研究的起点。对媒介文化理论的界定，是媒介文化理论范畴、研究界域和学术影响的确认。目前的媒介文化界定，表现出多样性和复杂性，而媒介文化理论的自身结构，又同其他社会思潮有较大的差别。这里阐述的是关于媒介文化的基本认识和关于媒介文化理论的基本认识。

（一）关于媒介文化的基本认识

把“媒介文化”作为一个明确的、严格的、独立的学术概念来界定，应当不早于20世纪80年代。

在此之前，对媒介文化的关注，从媒介文化的角度进行的文化研究、传播研究和媒介研究，至少已有半个世纪的历史。这说明，从媒介研究的文化方向思路，到媒介文化的工具性、路径性、方法性的研究应用，再到“媒介文化”成为媒介研究、文化研究的“理论原点”和“元范畴”，人们的媒介文化意识和思考成果，伴随着20世纪以来大众媒介的飞速发展和巨大影响，已经进入当代社会文化理论的核心框架中，成为整体社会文化观念的一个重

要元素。

另一方面,明确的、严格的独立的“媒介文化”概念出现于1980年代,也带来那个时代特有的倾向性,那是一个电子媒介更新换代的发展时期,也是图像文化借助电子媒介半个世纪以来积累的优势,全面爆发其传播影响力的时期。这样一种时代状况,给“媒介文化”的界定形成偏于某种媒介形态属性的暗示,至少目前相当一部分媒介文化的研究成果,是受这种暗示的影响,“媒介文化”在那里似乎变成了特定形态媒介的文化性质。

我们暂且搁置这个问题的探讨,或者,先仅仅把它看做“媒介文化”界定的现实语境。我们需要关注的是:在这种现实语境中生成了什么样的媒介文化定义。

近年的研究者主要从三个角度界定媒介文化这个概念。

一是将媒介文化表述为一种文化产品及其内在品性,也包含这种文化产品的生产和传播活动。如:

所谓媒介文化,顾名思义就是大众媒介所生产的文化产品及其意蕴乃至样式。^[1]

“媒介文化”这一概念既可方便表示文化工业的产品所具有的性质和形式(即文化),也可能表明它们的生产和发行模式(即媒介技术和产业)。^[2]

所谓媒介文化,就是媒介产品所表征的意义及其受众的解读,它包含从文化产品的生产、文本的呈现到文本的接收、运用这样一个过程。^[3]

这种角度的媒介文化界定,是从媒介文化作为一种物质性文化产品的属性出发。它首先确认媒介文化的实体性特征(“文化产品”“文化工业的产

[1] 张国良.新闻媒介与社会[M].上海:上海人民出版社,2001:87.

[2] 道格拉斯·凯尔纳.媒体文化——介于现代与后现代之间的文化研究、认同性与政治[M].丁宁,译.北京:商务印书馆,2004:60.

[3] 秦志希.媒介文化研究的视阈[J].武汉大学学报(人文科学版),2005(4).

品”），然后反观这种物质性文化产品的蕴涵（“意蕴乃至样式”“性质和形式”）、生产过程和使用活动（“生产和发行模式”）。这里，反观的意义在于：媒介文化的界定起于“文化产品”，但物质性文化产品的属性不等于文化产品的物质属性，媒介文化属性的核心是“文化产品”形成的文化现实关系，即包括“文化产品”的内容、形式、生产过程、流通模式、传播活动、消费状态、现实影响等在内的整体的文化性质。

二是将媒介文化表述为一种当代人的生存（生活）方式。如：

当代传媒文化，也便是当代人物质性的生存方式与精神性的生存方式的某种综合反映与体现。^[1]

所谓“媒介文化”，内涵侧重于媒介在当代社会所引发的信息方式和社会方式的变革。^[2]

应当说，从“生存方式”的角度界定媒介文化，是比较切近文化特质的。但这个媒介文化定义并没有赋予媒介文化更为具体的内容，只是在历史上做了一个定位。从一般的意义上看，“物质性的生存方式与精神性的生存方式”是文化的泛含义，任何性质和形态的文化，都可以视为特定的“物质性的生存方式与精神性的生存方式”。这里，媒介文化的内涵与一般文化并没有明确的区别，被强调的特质是时间意义上的“当代性”。

三是将媒介文化表述为一种亚文化系统。如：

在社会总体文化体系中，以媒介影响人的方式为主要原因而构成的亚文化系统。^[3]

这是目前国内见到的最早的媒介文化定义，也是一个并非完全从内涵性质上描述媒介文化的定义。它关注的是媒介文化的现实关系，关注的是媒介文化在社会文化整体系统中的结构位置。当然，媒介文化的主体性因素在这

[1] 张涵，等.当代传播美学[M].北京：中国书籍出版社，2010：8.

[2] 陈学虎.走向媒介文化研究[J].北京师范大学学报（社会科学版），2004（2）.

[3] 戴元光，邵培仁，龚炜.传播学原理与应用[M].兰州：兰州大学出版社，1988：242.

里得到强调,“媒介影响人”是这个“亚文化系统”的根源和存在方式。

还有的媒介文化界定,是对上述几类媒介文化定义的综合:

所谓媒介文化,顾名思义就是大众媒介所生产的文化产品及其意蕴乃至样式。是指在社会总体文化系统中,以大众传播媒介影响人的生活方式、行为方式和思维方式为主要原因而构成的亚文化系统,它包括具有多重功能的整个体系、媒介运作方式及其中的符号、意义和价值观,还包括媒介生存于其中的政治、经济、社会结构等多种变数。^[1]

这个定义,显然是对上面三类定义的综合,既有“文化产品”的内容,又有“生存方式”的内容,还有“亚文化系统”的内容。不同的是,它对“媒介影响人”和“亚文化系统”做了更详细的表述,其中包括精神层面的“思维方式”“价值观”,文本层面的“符号”“意义”,现实关系层面的“政治”“经济”“社会结构”等内容。

所谓传媒文化,从根本上说,其内涵侧重于在当代社会所引发的信息方式和社会生活方式的变革,特别是20世纪五六十年代以来蓬勃发展的、以现代传媒和电脑科技为支持的、以金钱资本为动力的、以饱含信息和价值的光电影像或虚拟互动为主要内容的大众文化产品,及其外围性的生产、传播与消费活动。^[2]

这个媒介文化定义,涵盖了“生活方式”“文化产品”“生产、传播与消费活动”等内容,但也有特殊的强调:一是与“社会生活方式”并列,特别提出了“信息方式”,意在强调媒介文化作为一种信息文化的性质;二是对媒介文化的技术因素、资本力量、媒介形态、传播活动做了清晰的解释,将媒介文化限定在更为明确的范围内。从总的倾向上看,这个定义的核心落在“大众文化产品,及其外围性的生产、传播与消费活动”上。

[1] 庄晓东.文化传播:历史、理论与现实[M].北京:人民出版社,2003:130.

[2] 陈龙.传媒文化研究[M].北京:中国人民大学出版社,2009:19

对媒介文化做严格的定义式表述，在媒介文化研究的著述中并不多见，更多的媒介文化界定，是以相对灵活的话语方式表达的。

例如，着眼于功能关系的媒介文化界定：

这是一种全新的文化，它构造了我们的日常生活和意识形态，塑造了我们关于自己和他者的观念；它制约了我们的价值观、情感和对世界的理解；它不断地利用高新技术，诉求于市场原则和普遍的非个人化的受众……总而言之，媒介文化把传播和文化凝聚成一个动力学过程，将每一个人裹挟其中。于是，媒介文化变成我们当代日常生活的仪式和景观。^[1]

这个表述，更侧重媒介文化精神层面的属性和功能。“意识形态”“观念”“价值观”“情感”“对世界的理解”，这些都是媒介文化发挥影响、产生作用的重要领域，“当代日常生活的仪式和景观”，也主要是通过体验、观照和膜拜等精神活动体现的（事实上，媒介文化营造的“日常生活的仪式和景观”，对日常生活中的人来说，并不都是可以作物质化参与的，更多的是一种符号化环境，人们大多浸染于环境的符号意义中，在媒介描画的“日常生活”神话里，体验现代人的精神满足）。而“技术”和“市场原则”，则是媒介文化借以形成文化影响与作用的手段和途径。

再如，着眼于文化形态关系的媒介文化界定：

媒介文化融会商业逻辑，其实质就是一种典型的商业化的消费文化……。^[2]

传媒文化从归属上来说，属于典型的“经营性文化”、消费文化。^[3]

[1] 尼克·史蒂文森.认识媒介文化[M].王文彬,译.北京:商务印书馆,2001:3

[2] 于德山.当代媒介文化[M].北京:新华出版社,2005:11.

[3] 陈龙.传媒文化研究[M].北京:中国人民大学出版社,2009:18.

传媒文化是一种商业文化形式，其产品就是商品。^[1]

这种情况下的媒介文化涵义表达，一般有特定的论述前提和语境，它概括的不是媒介文化的整体属性，而是媒介文化某个方面的特性。至于列举中的概括多集中在“商品化”“经营性”上，也是因为这方面的特性在媒介文化中更为典型、更具有代表性。其他方面特性的概括还有“图像文化”“视觉文化”“高科技文化”“杂交文化”“大众文化”“快餐文化”“流行文化”等等。

又如，着眼于角度关系的媒介文化界定：

……“媒介文化”的概念。一种理解是指媒介传播的文化，它包括主导（或权威）文化、精英文化和民间文化，这里强调的是媒介的工具性质，或者说着眼于“文化”即媒介传播的“内容”，因此媒介与文化是一种“间性”关系；另一种理解特指因媒介而滋生的新型文化，即媒介的功能性文化，也就是人们通常指称的“大众文化”。^[2]

这个界定的意义不仅在于划分了两个不同的理解角度，还在于对媒介文化性质和类型的判断。所谓“媒介的工具性质”，是在说明媒介文化的文化承载和文化传播能力。所谓“媒介的功能性文化”，是在确认媒介文化的文化属性和文化自生能力。前者，就文化现实而言，媒介文化具有广泛的文化对象和文化兼容性，它的文化实践内容，覆盖了人类文化活动的各个领域，因此，媒介文化活动不是单质文化的活动。后者，就是麦克卢汉所说的“媒介即信息”，媒介文化是媒介自生的文化，它的性质取决于大众媒介的功能性。因此，媒介文化是媒介性的文化，也是媒介化的文化。

另如，着眼于结构关系的媒介文化界定：

传媒文化的表层是传媒单位创造和改造过的一切物品的总

[1] 蒋晓丽，石磊.传媒与文化 文化视角下的传媒研究[M].北京：华夏出版社，2008：75.

[2] 徐国源，谷鹏.当代媒介生态学[M].上海：上海三联书店，2006：118.

和……传媒文化的中介层结构,是传媒业行为方式的总和,是传媒业构成形式、运行原则、管理结构、管理方式的总和,是传媒业从业人员各种关系的总和。传媒文化的深层结构表现为观念形态。^[1]

这种媒介文化描述,基本来自一般的文化结构分类理论,即按照物质文化、制度文化、观念文化的结构分类,将媒介文化放到相应的结构关系中,确认其“表层”的实体性属性、“中介层”的体制性与机制性属性和“深层”的精神性属性。

还如,着眼于范围关系的媒介文化界定:

广义的传媒文化是基于一切传媒的文化,这里的传媒是泛传媒的概念。中观的传媒文化是指基于大众传播媒介的文化,大众媒介催生了大众文化、消费文化和视觉文化、娱乐文化、虚拟文化,但是传媒文化绝不仅仅是大众文化、消费文化和视觉文化、娱乐文化、虚拟文化,因为大众传媒同样可以传播高雅文化、民间文化等。使用传媒文化的概念,比使用大众文化、消费文化、视觉文化等概念更能反映传媒与文化的关系,更具有包容性。狭义的媒介文化就是大众文化,大众文化也表现出消费文化、视觉文化、娱乐文化、虚拟文化的特征,这正是当代传媒文化的主要形态和特征。^[2]

传媒文化就是指由各种传媒组成的文化。……我们有理由把各种传媒存在形式都纳入传媒文化的范畴。^[3]

这类界定有两点让我们产生思考。一是传媒文化的历史性,认定有一种特定文化类型是“当代传媒文化的主要形态和特征”,也就意味着传媒文化还有非“当代”的形态和特征,因而从历史整体上看,媒介文化就不能仅是某一种单质的、特定类型的文化,应当怎样确定“当代传媒文化的主要形态和特征”在媒介文化认识与评价中的位置和关系,这大概是目前媒介文化

[1] 蒋晓丽,石磊.传媒与文化 文化视角下的传媒研究[M].北京:华夏出版社,2008:75.

[2] 蒋晓丽,石磊.传媒与文化 文化视角下的传媒研究[M].北京:华夏出版社,2008:49.

[3] 周宪,刘康.中国当代传媒文化研究[M].北京:北京大学出版社,2011:3.

态度上最应当反思的问题。二是媒介文化涵义范围的基本定位,“基于一切传媒的文化”,从精神生产与文化传播角度去认识和研究,有些已经没有太大的意义,不适于作为社会传播范畴的媒介文化的基本涵义。“大众文化”作为当代社会的文化现象,一方面它的文化内容与活动有些已经超出了一般媒介的范畴,另一方面它的文化内容与活动并不是媒介文化的全部构成,因此,至少不能只将大众文化作为媒介文化认识和评价的全部出发点。“基于大众传播媒介的文化”,尽管涵盖的文化内容比较多,但从“大众传播媒介”的范畴界定媒介文化,应当是最切近媒介文化性质和特性的。目前我们所能感受到并被确认的媒介文化现象,也都是大众媒介及其传播活动生成的。所以,“大众媒介的文化”应当是媒介文化涵义的基本范围。

对目前诸多的媒介文化界定进行梳理辨析后,我们的对媒介文化的基本认识也逐渐清晰了。

本书中的“媒介文化”,是依据“大众媒介的文化”定位的,也是在这个基本涵义范围上使用的。具体可以表述为:

媒介文化,就是由大众媒介及其传播活动产生或在大众媒介影响制约下形成的思想、观念、价值倾向、生活态度、行为方式以及相应的意识形态、现实关系、社会生活所构成的文化面貌,也包括大众媒介产品的生产、流通、消费过程中形成的文化现象。

这个界定的核心精神,是强调媒介文化是由各种媒介元素和因素构成的文化面貌和文化现象。媒介元素自身不是整体意义上的媒介文化,媒介因素单一的现实形式也不是完整意义上的媒介文化,媒介元素和因素的现实化运作所形成的综合的意义系统和多元的社会化样态,才使媒介的现实活动具有了文化层面上的性质和价值。从这个意义上去认识大众媒介的文化生成,从这个意义上去认识媒介文化与其他文化(特别是大众文化)的联系,才有可能深刻理解和把握媒介作为一种文化的历史的和现实的价值。

(二) 关于媒介文化理论的基本认识

“媒介文化理论”不是一个有着严格界域的提法,本书中的“媒介文化理论”,也不是作为严格意义上的专有的学术概念使用的。

一般来说,媒介文化理论形成于20世纪大众媒介广泛兴起的历史时期,

反映了工业社会和后工业社会的政治经济、思想文化状况，体现了人们对大众媒介环境下现代都市大众的精神交流和文化消费活动的认识、思考、阐释与评价。媒介文化理论是世界性的思想潮流，具有广泛的影响性。

但是，“媒介文化理论”又不是一个相对具体单一的思想潮流，同“人道主义思潮”“自由主义思潮”“存在主义思潮”“女权主义思潮”“后殖民主义思潮”等不同，“媒介文化理论”不是以某一种所倡导的思想主张为具体内容的思想潮流（如“人道主义”思想作为“人道主义思潮”的具体内容，“女权主义”主张作为“女权主义思潮”的具体内容）。“媒介文化理论”当然是以“媒介文化”为研究内容，但同样是围绕“媒介文化”的思考和评价，却既有倾向于肯定和倡导的主张，也有倾向于否定和抵制的主张，无论是哪一种主张，都是以“媒介文化”为对象的思想成果，都可以划入“媒介文化理论”的范畴。但我们一般是不将否定“存在主义”的思想看做“存在主义思潮”的，也不把抵制“女权主义”的主张视为“女权主义思潮”的一部分。从这个意义上讲，“媒介文化理论”包含着许多源自不同立场、不同态度、不同角度和不同方法的媒介文化认识成果，是一个相对泛指的概念，一个概括性的提法。

如果对这个泛指的概念和概括性的提法做一个涵义界定，可以这样表述：

媒介文化理论，是指20世纪以来，从媒介文化的理念出发，对大众媒介及其政治、经济、文化传播活动，或大众媒介影响下的社会文化生产、流通、消费现象进行阐释与评价的思想成果及其表述。

二、媒介文化理论与文学观念研究的现状

媒介文化理论与文学观念的研究，是一种关系研究和影响研究。20世纪以来，媒介文化对现实生活产生了越来越大的影响和作用。当人们判断媒介文化在社会生活中究竟影响了什么时，思考的触角伸向各个现实领域，自然会触碰到文学艺术；当人们面对剧烈的文学观念变革，去探寻其影响根源时，也必然会发现媒介文化的力量。于是，媒介文化理论和当代文学观念作为一种伴生和互动的思想活动和思想成果，也必然会引起人们在关系和影响的层面上进行研究和探讨。

(一) 国内媒介文化与文学观念研究的基本情况

目前国内以媒介文化与文学观念为内容的研究文献,主要集中在四个方面:

1. 媒介文化属性及其时代、社会文化关系的研究

这方面的研究以媒介文化为基本视角,从媒介文化出发,面向媒介文化的现实文化关系。

首先,是建构媒介文化的基本认识,确认媒介文化的基本性质。目前国内主要的媒介文化定义和媒介文化性质界定,多出自这方面研究的著述。

(本部分所列文献仅为作者所见到的专著类研究成果,以出版时间为序,下同。)

戴元光、邵培仁、龚炜的《传播学原理与应用》(1988),从亚文化系统的角度定义媒介文化,强调媒介形态的差异具有特殊的文化意义,不同时代某种媒介使用的偏重程度,对该时代文化特性起主要的决定作用,并按照这一思路来描述口传文化、印刷文化、电子文化的文化性质。

张国良主编的《新闻媒介与社会》(2001),从文化产品及品性的角度定义媒介文化,分析媒介文化与大众文化的关系,指出媒介文化理论与大众文化理论的重合性。

庄晓东的《文化传播:历史、理论与现实》(2003),强调媒介文化是一种多元共生的文化形态内涵,揭示当代文化深层结构中的媒介因素及其对社会结构产生的深远影响,描述媒介文化的聚合力、扩张性和市场化特点。

于德山的《当代媒介文化》(2005),侧重从商业化和消费化角度描述媒介文化,强调媒介文化的主体是大众文化,对媒介文化人、媒介文化传播区域、媒介文化形态、媒介文化形象、媒介文化生态等方面问题做系统阐释。

徐国源、谷鹏的《当代传媒生态学》(2006),从媒介传播的文化和因媒介而滋生的文化两方面入手定义媒介文化,前者包含多种性质的文化,是工具性质的媒介文化界定;后者特指大众文化,是功能性质的媒介文化界定,两者都是大众媒介文化版图中的现实化属性。

蒋晓丽、石磊的《传媒与文化 文化视角下的传媒研究》(2008),从结构关系的角度界定媒介文化,将媒介文化按层次结构关系分为表层结构、中介层结构和深层结构等涵义,按范围结构关系分为广义、中观和狭义等涵

义,并强调媒介文化的结构性、创造性、变动性和联系性等特性。

陈龙的《传媒文化研究》(2009),以文化产品及其生产、传播与消费为核心界定媒介文化,从大众化、平面化、简单化以及同质化、对日常生活的介入、消费理念、暗含权力结构等方面概括媒介文化的特性,对媒介文化的传播、生产、受众、社会影响做出系统的分析。

周宪、刘康的《中国当代传媒文化研究》(2011),从传媒形式的角度定义媒介文化,围绕各种传媒形式的文化生产传播现象,总结媒介文化意义。

其次,在媒介文化定性的基础上,对媒介文化的现实活动,特别是媒介文化的时代与社会关系状况做出分析和阐释。在文化关系范畴的研究中,有媒介文化与文学、艺术、审美的关系等内容。对媒介文化和媒介文化现实关系的基本评价,肯定与否定的结论兼有。主要著作除前面所列外,还有:

潘知常、林玮的《大众传媒与大众文化》(2002),以大众媒介与大众文化的关系为线索,分析大众媒介的现实文化活动,阐释广播电视、电影、报刊书籍、互联网络等媒介的大众文化生产与传播现象。

邵培仁等的《媒介生态学——媒介作为绿色生态的研究》(2008),将媒介的构成要素、媒介与媒介之间的关系、媒介与社会环境的互动视为有机的文化生态系统,描述这个系统的结构范畴和现实形态,对报刊、影视、网络等媒介的生态环境、生态结构、生态活动、生态影响做出系统分析。

陈默的《媒介文化:互动传播新环境》(2010),从现代社会的文化转向和大众媒介的文化重构入手,分析电视文化的功能、电视文化的传播特点和电视的产业化运行活动。

蒋原伦的《媒介文化十二讲》(2010),包含媒介文化的生产,媒介文化的全球化与同质化态势,媒介文化与现代神话的形成,媒介文化对现代消费的引领,电影、电视、网络的文化传播活动等方面的分析内容。

赵勇的《大众媒介与文化变迁——中国当代媒介文化的散点透视》(2010),面向更大范围媒介文化传播的现实,分析电子书写、博客写作、新媒体环境下的文学阅读、手机短信、“红色经典”、《百家讲坛》等媒介现象的文化传播意义。

董天策的《消费时代与中国传媒文化的嬗变》(2011),梳理了媒介文化与其他各种文化形态的关系,总结了媒介文化在消费时代的嬗变过程,论

述了消费时代媒介文化嬗变的影响,并对媒介文化嬗变的案例做内容分析、框架分析和文本分析。

2. 媒介文化与文学平行互动历史关系的研究

这方面的研究多集中于媒介文化与文学相互影响的历史现象与现实状况,表达一种平行互动发展的历史评价。

陈平原、山口守的《大众媒介与现代文学》(2003),是国内较早的研究大众媒介发展与现代文学发展相互影响关系的论文集,内容涉及晚清女性报刊、《新青年》、《语丝》、30年代的旧文人杂志、《无轨列车》、《新文艺》、《现代》等的发展及其与文学(特别是诗歌和小说)发展的关系。陈平原在所写的序中提到:“‘自报章兴,吾国之文体,为之一变’(《中国各报存佚表》),这1901年发表在《清议报》第100册上的名言,已被历史证明是晚清最具预见性的论断之一。……不仅仅是狭义的文章(散文),现代中国的诗歌、小说、戏剧等,无不受到‘报章兴’这一历史变革的深刻影响。”^[1]

马永强的《文化传播与现代中国文学》(2003),将文化传播作为现代中国文学的发展环境,从现代传媒的参与、现代知识分子的形成、公共舆论的变革推动,到文学创作者身份的普泛化、文学传播的市场、文学阅读群体的平民化、文学体式和文学话语的变革、文学观念的现代性,系统总结了媒介文化传播对现代中国文学发展的深刻影响。

蒋晓丽的《中国近代大众传媒与中国近代文学》(2005),对中国近代大众传媒与文学的关系进行系统研究,分析近现代中国文学乃至中国文化转折与发展的媒介推动因素,包括文学言述样式的演进、文学传播方式的嬗变、西方文学的译介、近代文体的产生、作家群体、文学流派及文学运动的形成、中国文学的断裂与延续、文学雅俗观念的分化及转换机制、中国文学发展趋势的逆转等诸多内容。

孙邵先主编的《文学艺术与媒介关系研究》(2006),是选题相对广泛的综合性研究论文集,论文研究的内容涉及文艺传播、文化生产中的媒介作用,戏剧的传播与接受、网络的文学影响、网络复制时代的文学作品、网络文本的叙述叙事分析、网络时代的文学阅读、行为艺术与当代媒体的伴生关

[1] 陈平原,山口守编.大众媒介与现代文学[M].北京:新世界出版社,2003:1.

系、影视与小说的创作互动等问题。

周海波的《传媒时代的文学》(2007),从现代传媒发展和现代文学发展的影响关系中,探讨现代文学的诗学体系建构,描述中国文学传统的断裂、承传和文学的现代转型中现代传媒的作用,分析现代传媒环境中文学场的形成和文学主题的构成,论证现代传媒语境中现代诗学体系建构的方式和内容。

3. 媒介文化影响下当代文学发展变化及其意义的研究

这方面的研究以文学的发展为核心视角,探讨当下文学发展中媒介文化的渗透性影响,对媒介文化的文学意义的评价毁誉参半,批判的态度相对居多。相关的论著如:

祁述裕的《市场经济下的中国文学艺术》(1998),在论述现代大众媒介对文学影响的部分,集中分析了大众媒介对文艺价值(膜拜价值和展示性价值)关系转变的推动和重构。

邵燕君的《倾斜的文学场——当代文学生产机制的市场化转型》(2003),探讨大众媒介作为文学的生产和传播机制,其变化和市场化运作对当代文学产生的影响,包括文学期刊改版和发表原则变化对当代文学发展的影响,文学出版体制转型及畅销书生产模式的确立对当代文学发展的影响,文学评价体系宽泛化和文学颁奖原则市场化对当代文学发展的影响以及“亚文化”文学生产潮流对当代文学发展的影响等。

蒋荣昌的《消费社会的文学文本:广义大众传媒时代的文学文本形态》(2004),对消费社会的各种文化现象做文本形态分析。描述符号和影像消费、生活与艺术的界限消失、高雅文化与通俗文化或精英文化与大众文化、深度或意义丧失等消费社会的文学与文化环境,阐释消费社会的文学文本形态。

金惠敏的《媒介的后果——文学终结点上的批判理论》(2005),以“文学的当前危机”的判断为基础,从媒介传播时代的“趋零距离”对文学活动的消解、媒介传播的图像化和拟像逻辑对文学审美的重构、全球化和“球域化”对文学乃至文化的影响等方面,论证媒介文化的生产与传播作用于文学与审美文化的后果。

吴玉杰、宋玉书的《冲突与互动——新时期文学与大众传媒研究》(2006),描述了大众传媒对新时期文学的影响,分析了文学观念、文学生

产、文学批评在媒介发展环境下的变化和新的建构等现象，对文学传播活动中的受众审美需求和接受效果等问题做出阐述。

郑崇选的《镜中之舞——当代消费文化语境中的文学叙事》（2006），分析了大众传媒时代的文化生产特征、文学生产方式的转变和媒介文学批评的倾向，对影视媒介文学叙事、网络媒介文学叙事以及其他消费文化叙事现象做出阐释。

单晓曦的《现代传媒语境中的文学存在方式》（2008），总结不同时代不同媒介形态对文学存在性质的建构和消解。从作家与媒介的文学生产关系入手，描述现代传媒语境中的文学动态存在方式；从文学作品与媒介文本的结构关系入手，描述现代传媒语境中的文学静态存在方式。

吴明秀等的《新世纪文学现象与文化生态环境研究》（2010），将媒介影响作为新世纪文学生态环境的一个子系统，揭示媒介属性对文学转型的影响，描述影视传媒文化权力环境下文学的生存境遇，分析媒介行为作用下文学的商业运作以及网络文学的文化生态意义。

苏桂宁的《消费时代中国文艺的价值演变》（2010），对消费社会环境下艺术观念、文艺价值、文艺功能、文艺表达、文艺体验、文艺消费、文艺传播、文艺批评等方面的演变、现状和发展走向做了系统分析，其中消费时代的文艺扩张与形式构成、文艺传播的价值演变等部分，涉及媒介文学、视觉媒介文艺传播等内容。

4. 媒介文化的文学性（诗性）和审美价值的研究

这方面文献的基本观点是肯定媒介文化的文学性，并努力建构媒介文化的文学审美价值体系。代表性论著可以分成几类。

一类是研究媒介文化的文学性的论著，主要如：

张邦卫的《媒介诗学——传媒视野下的文学与文学理论》（2006），总结大众媒介和新媒介的传播活动对文学发展的推进，描述大众媒介时代的文学状貌，从现代传媒对文学的消解、传媒文艺批评的兴起、媒介图像语言传播的盛行、文学的产业化与经济化、媒介的商业策划与文学策划等方面，阐释媒介时代的文学危机，对媒介时代文学场的重建态势做出分析。

钟琛的《当代文学与媒介神话——消费语境中的“媒介事件”研究》（2008），借鉴美国学者丹尼尔·戴扬和伊莱休·卡茨的“媒介事件”的命题，提出“媒介文学事件”的概念，并围绕媒介文学事件的模式、媒介文学

事件的内部关系及运作过程、媒介文学事件的生产、传播和消费、媒介文学事件的文学影响等问题展开研究,涉及媒介文化环境下文学运作的许多内容。

欧阳友权的《数字媒介下的文艺转型》(2011),从数字媒介环境下文学语境的变迁入手,重点阐释数字化文艺的存在方式、文本形态、艺术主体、艺术生产、艺术价值、艺术消费等内容,并在反思新媒体文艺的基础上,提出新媒体文艺建设的思路。

陈定家的《比特之境 网络时代的文学生产研究》(2011),探讨网络时代文学生产与消费的文化背景,文学生产的网络化,网络文学(以博客写作为主)的特征和发展态势,文学影视化、网络文学等方面的文学消费方式变革,数字化语境中文学经典的生存与传播等问题。

另一类是研究媒介文化的文学形态的论著。

宽泛意义上的大众媒介文学形态研究的著述较多,早一点的研究主要集中在传统媒介的文学形态方面,报纸文学(如副刊文学作品——连载小说、诗歌、散文、报告文学)的研究,广播文学(如广播剧、广播小说、广播小品、广播文学专栏节目)的研究,电视文学(如电视剧、电视小说、电视散文、电视诗、电视文艺纪录片、电视文学专栏节目)的研究,都获得较丰富的研究成果。但出于特定的历史和理论视域,研究内容大多围绕传统文学的媒介形式规律及其特点展开,文学媒介化视角的探讨较少见。这种研究状况也是正常的,毕竟当时传播媒介的发展及社会影响程度,还不能完全提供媒介文化层面上的认识和阐释条件。当社会的发展、文化的自觉和公众的社会需要,使大众传媒产生了更大的文化建构意义上的功能和实践活动时,当新的媒介形态以前所未有的社会覆盖力和影响力形成新的媒介文化景观时,文学艺术开始了由传统的媒介形式依附向现代的文学媒介化的转变。相应的媒介文学形态研究也获得了媒介文化的理论语境,开始探讨媒介文化的文学形态和文学性。在这个过程中,以传统媒介为对象的文学媒介化形态研究相对薄弱(不过,在文学史特别是现代文学史研究领域,从文化的角度去阐释大众媒介与文学发展的关系,却出现有较大影响的理论成果),而以新媒体为对象的文学媒介化形态研究,更多地表现出与媒介文化密切相关的研究视角和理论范畴。主要的研究论著如:

黄鸣奋的《超文本诗学》(2002),对超文本的历史、观念、形态、

范畴等做全面总结描述,其中有对超本文文艺活动(超文本写作、阅读、隐喻)的分析,对超文本美学与文艺理论的分析,对超本文文艺规范的分析等内容。

欧阳友权的《网络文学论纲》(2003),是作者一系列网络文学研究成果中最早的一部专著,也是对网络文学进行相对宏观研究的论著,从互联网络时代的文学生态描述开始,分析网络文学的后现代话语逻辑、网络文学对人文精神的解构与建构、网络文学的自由精神和民间话语权等。

聂庆璞的《网络叙事学》(2004),着眼于叙事学角度的网络传播分析,探讨网络超文本叙事,网络超媒体叙事的特性、形态及理论依据,对网络叙事的语言异变和网络叙事的审美特征做阐释和论证。

金振邦的《新媒介视野中的网络文学》(2008),介绍网络文学的后现代背景和网络文学的发展,系统论述网络文学的原理与范畴,包括网络文学的艺术特征、网络文学的手法技巧、网络文学的基本体裁、网络文学的裂变形态、网络文学的新兴领域、网络文学的批评标准、网络文学的审美取向、网络文学的艺术张力等多方面内容。

马季的《网络文学透视与备忘》(2010),集中了作者有关网络文学研究的专文,涉及网络文学价值、网络文学话语、网络文学写作、网络文学网站、网络文学产业化、网络文学生态、网络文学生存现状、网络文学对当代文学的影响等诸多方面的论题。

苏晓芳的《网络与新世纪文学》(2011),全面总结网络环境下新世纪文学的变化与转型,从宏观的文学发展的角度,有文学格局、文学媒介、文学体制等方面的分析。从微观的文学元素的角度,有文学网络事件、网络文学作家、网络文学批评等方面的分析。从具体的文学形态的角度,有网络诗歌及诗论、网络小说等方面的分析。

禹建湘的《网络文学产业论》(2011),从论证文学与产业连接的历史必然性入手,分析产业影响下网络文学形态的变化,描述文学网站的产业运作方法、网络文学的经营模式和网络写手的生存状况,揭示网络文学与产业的互动关系和网络文学产业的发展前景。

欧阳文风的《短信文学论》(2011),对短信文学进行全景式分析,包括短信文学化的发展、短信文学的美学特征、短信文学的创作特色、短信文学的接受范式、短信文学的价值体认、短信文学的前景展望等内容。

曾繁亨的《网络写手论》(2011),从“自由写作”、“后现代写作”和“民间写作”三个维度,论述网络写手创作的可能和限度,涉及网络写作自由、虚拟美学、精神反叛,戏拟创作方法、类型化写作,网络创作的平民精神和平民化创作动机、网络写手的主体性和主体间性、网络写作的欲望修辞等问题。

再有一类是研究文学传播活动及理论的论著,主要有:

孙宜君的《文艺传播学》(1993),是我国最早出现的文艺传播学专著,描述了文艺传播的历史、现状和趋势,论述了文艺传播的本质、特征、模式和方法,从传播功能、传播效果、传播者、文艺信息、文艺作品、文艺符号、传播媒介、文艺受传者等方面内容。

谭华孚的《文艺传播论:当代媒介技术革命中的艺术生态》(2004),内容包括文艺传播学的建构,文艺传播的历史和现实情况、信息论艺术观、文艺传播主体、文艺传播媒介等方面的论述。

文言主编的《文学传播学引论》(2006),以传播学的传统研究模式(“五W理论”)为框架,对文学传播者、文学传播过程、文学传播媒介、文学传播内容、文学传播受众、文学接受活动、文学传播效果、文学传播控制等文学传播范畴进行系统的理论分析,也总结了中国传统的文学传播方式,阐释了文学研究的传播学方法。

曾耀农的《文艺传播学》(2011),从三个角度分别论述文艺传播的原理和现象,首先是媒介形态角度的文艺传播分析,涉及报纸、期刊、电影、广播、电视、网络、手机等媒介的文艺传播以及媒介融合对文艺传播的影响等内容。其次是文化关系角度的文艺传播分析,涉及文艺传播与民族文化、耕读文化、民俗文化、佛教文化、社区文化、商帮文化、湖湘文化的互动关系等内容。再次是古代艺术角度的文艺传播分析,涉及古代诗歌、古代小说、古代戏剧的现代传播等内容。

还有一类是研究传播审美理论的论著,主要有:

曾耀农的《现代传播美学》(2008),探讨传播过程的美学规律,对传播模式美、传播媒体美、传播谋略美、艺术传播、人际传播审美特征、组织传播审美特征、大众传播审美特征、网络传播审美特征、传播方式美以及传播人员美学修养和传播受众美学评价等问题做分析和论述。

张涵的《当代传播美学》(2010),总结当代传播美学的理论范畴和学