

复旦博学



当代  
广播电视  
教程  
·  
新世纪  
版

# 电视文化的 观念

祁林 著

復旦大學 出版社

复旦博学



当代  
广播电视  
教程  
·  
新世纪  
版

# 电视文化的 观念

祁林 著

复旦大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

电视文化的观念/祁林著. —上海:复旦大学出版社,2006.8  
ISBN 7-309-05137-8

I. 电… II. 祁… III. 电视文化-研究 IV. G220

中国版本图书馆CIP数据核字(2006)第096927号

电视文化的观念

祁林 著

---

出版发行 复旦大学出版社 上海市国权路579号 邮编200433  
86-21-65642857(门市零售)  
86-21-65118853(团体订购) 86-21-65109143(外埠邮购)  
fupnet@fudanpress.com <http://www.fudanpress.com>

---

责任编辑 李 婷  
总 编 辑 高若海  
出 品 人 贺圣遂

---

印 刷 同济大学印刷厂  
开 本 787×960 1/16  
印 张 13.75  
字 数 254千  
版 次 2006年8月第一版第一次印刷  
印 数 1—4 100

---

书 号 ISBN 7-309-05137-8/G·658  
定 价 22.00元

---

如有印装质量问题,请向复旦大学出版社发行部调换。

版权所有 侵权必究

## 作者简介

祁林，男，1972年生，新闻学硕士，文学博士。现任南京大学大众传播研究所所长助理、新闻传播学院传播学系主任助理、江苏影视评论学会副秘书长。长期讲授“广播电视概论”、“受众研究”等课程，学术研究兴趣主要集中在电子媒介基础理论、媒介文化研究等方面。近年来在核心期刊上发表论文多篇，并出版著作三本，主持“网络对青少年思维的影响”、“后现代传播理论”、“广播电视课程建设”等课题的研究，同时参加了中央电视台、江苏卫视、江苏广播电台、南京电视台等媒体的诸多栏目策划。

## 内 容 提 要

本书关注的核心是“电视文化”。全书在文化学的研究背景下，探索了广播电视作为特有文化现象的发生机理、传播规律和审美特征，从电视文化的形成、电视文化的传播魅力探源、电视文化的制约因素、电视文化和社会化、电视文化和意识形态、电视文化的雅俗之辨等六个方面对电视文化进行了全方位的扫描，形成了一个完整的电视文化认知体系，透过电视和人类的密切关系揭示出电视文化的本质。

本书对电视文化的理解独具创见，且颇为深刻，论述清晰流畅，可读性强，可做高校新闻院系教学之用，对文化学、社会学研究者极具参考价值，对广大电视从业人员也富有启迪、指导作用。

# 《当代广播电视教程·新世纪版》

## 编委会

丛书主编暨编委会主任：孟建

编委：(按姓氏笔画排列)

- 于丹 北京师范大学艺术与传媒学院影视传媒系系主任,副教授  
王宇 中国传媒大学新闻传播学院副教授、博士  
王甫 中央电视台研究室主任,高级编辑  
石长顺 华中科技大学新闻与信息传播学院副院长,教授、博导  
祁林 南京大学新闻与传播学院讲师、博士  
李丹林 中国传媒大学社科学院副院长兼法律系系主任,副教授  
吕新雨 复旦大学新闻与传播学院广播电视系系主任,教授、博导  
仲富兰 华东师范大学传播学院新闻学系系主任,教授  
刘燕南 中国传媒大学电视学院教授、博导  
吴丰军 西南交通大学艺术与传播学院传播系讲师  
吴郁 中国传媒大学播音主持艺术学院教授  
陆地 清华大学新闻与传播学院教授  
孟建 复旦大学新闻学院副院长,教授、博导  
郭镇之 清华大学新闻与传播学院教授、博导  
胡正荣 中国传媒大学广播电视研究中心主任,教授、博导  
胡智锋 中国传媒大学教授、博导,《现代传播》主编  
曹璐 中国传媒大学新闻传播学院教授、博导  
黄匡宇 华南理工大学新闻传播学院教授、华南理工大学南方传媒研究院院长  
魏永征 中国传媒大学博导,香港树仁学院教授,上海社会科学院研究员

# 总序

“当代广播电视教程·新世纪版”这套丛书终于由复旦大学出版社出版了，掠过心头的是阵阵的喜悦！

不断演进的社会、飞速发展的科技，引发了传播内容与形式的深刻变革，也推动了媒介领域的巨大革命。其间，广播电视的出现和发展，正在全球范围内影响着人类文明的进程，形成着独特的文化社会现象。可以说，人类社会从来没有像今天这样强烈地感受到“信息化时代的来临，媒介化社会的形成”。广播电视（当然我们注意到了网络出现对媒体间壁垒的消融和整合），作为建立在新技术基础上现代传媒族群中极为重要的媒介，以其特有的传播特征和方式，建构了当今社会交往的特殊形态，酿就了人类新型的思维方式，催生了当代社会崭新的生存方式。

应当说，经过半个多世纪，特别是改革开放以来的 20 多年，有一批有志于此的人士在广播电视的教学和科研领域进行了孜孜不倦的努力，取得了可喜成果。其间，最为值得注意的是，一个努力构建有中国特色广播电视学学科体系的研究目标已逐步明晰起来，并开始为之倾注气力。根据中国传媒大学赵玉明教授的研究，至 1992 年 11 月，国家技术监督局颁布的国家标准《学科分类与代码》中，将“广播与电视”列为“新闻学与传播学”学科范围的二级学科，下设“广播电视史”、“广播电视理论”、“广播电视业务”等三级学科。1997 年 3 月出版的全国哲学社会科学规划办公室主编的《哲学社会科学各学科研究状况与发展趋势》中称“90 年代以来，广播电视已成为一个独立的学科”；1997 年颁布的研究生学科、专业目录有“广播电视艺术学”；1998 年颁布的本科生专业目录中有“广播电视新闻学”、“播音主持艺术”、“广播电视编导”等专业；2002 年出版的复旦大学徐培汀教授的专著《二十世纪中国的新闻学与传播学》的前言中称“本书视广播电视学为独立学科”，并在第六章“广播电视学研究”中作了专门论述……

我们之所以“津津乐道”于广播电视“学”，其关键之处在于，我们既然已经看到了“广播电视的出现和发展，正在全球范围内影响着人类文明的进程，形成着独特的文化社会现象”，那么，我们就完全有理由尽快地将广播电视学——这一学科的理论体系和教学体系呈现在世人面前。这也就是说，我们要将广播电视学科的壁



全,真正树立起来!在这方面,复旦大学新闻学院也做了不懈努力。2003年初,复旦大学新闻学院在全国率先申报“广播电视学”博士点获得成功。这一勇于突破新闻传播学原有学科目录,打破广播电视学科建设中条块分割状况,将广播电视新闻与广播电视艺术多个一级学科按照学科群进行大整合的举措,在新闻传播教育界形成了相当的影响,在广播电视教育领域的影响更大。

也正是在这重要的时代背景和学科背景下,有着我国新闻传播教育最悠久历史的复旦大学新闻学院,在复旦大学百年华诞之际,与复旦大学出版社紧密携手合作,将编辑出版一套具有较为完整理论体系和教学体系的广播电视丛书的重任担当了起来。经过为时两年的努力,这套丛书终于问世了。这对于新闻传播院系的师生,对于广播电视的从业人士,都是一个福音。

如果说“当代广播电视教程·新世纪版”这套丛书有什么最显著的特点,首先,这套丛书是从努力构建中国广播电视学学科体系的高度来进行整套丛书的创意、企划和构建的。这整套丛书的整体出版思路是:在厘定构建中国广播电视学学科体系(理论体系、实务体系和教学体系)的前提下,按照宏观(意识与理念)、中观(体制与机制)、微观(运作与技巧)来进行丛书完整架构设计和资源配置的。

在宏观层面,丛书充分注重了广播电视本体论的基础研究和创新理论,如《广播电视论纲》全面、系统地梳理了中国广播电视学体系的框架,并科学、深入地阐述了中国广播电视学的理论;《中外广播电视史》突破了传统写作思路,引入了广播电视传播思想史的视角,将相关的体制、管理、产业等作为史的脉络进行梳理贯通;而《电视文化的观念》则在文化学研究的背景下,积极探索了广播电视作为特有文化传播现象的发生机理、传播规律和审美特征。如在中观层面,丛书充分注重了广播电视体制和机制的开拓性研究,如堪称我国第一部的《影视法导论:电影电视节目制作人须知》,即从法学研究的角度审视了广播电视机制运行中的一系列法律问题,既有理论的完整性,又有实践的操作性;又如《广播电视节目营销》、《电视制片管理学》、《世界电视产业新论》,则在我国深入推进文化体制改革的背景下,将研究的视角转向了广播电视产业特性研究,努力在广播电视的市场营销和广播电视制片管理特别是广播电视产业进程等领域进行拓展,其重要性和创新性十分突出。体现在微观层面,这套丛书一方面十分注重了现代广播电视的实务理念、实务操作(包括新技术支持)的全面创新,如《当代广播实务教程》、《当代电视实务教程》、《当代电视摄影制作教程》、《广播电视评论教程》、《当代广播电视播音主持艺术》等著作,每本著作都可以说是一个全新体系的范例。而另一方面,这套丛书则又大大拓宽了广播电视实务领域,如《电视节目策划学》、《电视节目形态学》、《电视纪录片教程》,甚至《广播电视视听率教程》也进入了我们的视野。显然,这在国内是非常具





有突破意义的。

“当代广播电视教程·新世纪版”这套丛书的又一个特点是注重了“与时俱进”。一方面,这套丛书紧紧追踪中国新闻传播事业的飞速发展,特别是密切关注中国广播电视事业的改革前行;另一方面,又极为关注了世界范围内新闻传播格局的快速嬗变,特别是广播电视业界的前沿发展。当然,在这套丛书每本著作都尽可能好地体现上述想法的同时,我们还在丛书中专列了一本《当代广播电视前沿》,以充分体现出这套丛书紧跟前沿、全面概览、透彻评析的特点。我们设想,《当代广播电视前沿》每年都再版修订,以跟上飞速发展的广播电视事业的需要。

“当代广播电视教程·新世纪版”这套丛书的第三个特点就是,该丛书的作者基本上都是活跃在广播电视教学、研究领域的一流学者。这么多专家、学者在百忙中参加到该丛书的编撰中来,亲自撰稿,本身就说明了许多问题。值得一提的是,这支专家队伍,不但在他们的研究领域中都取得了骄人的成绩,而且,他们中的许多人,近年来常到海外讲学、研究。正是这样,才能保证这套丛书拓展了广阔的国际背景。

“当代广播电视教程·新世纪版”这套丛书第四个特点是其浓郁的精品意识。平心而论,我们现在广播电视方面的书已出版了许多,但是,其质量状况令人堪忧。正因为如此,复旦大学出版社破例让这套丛书进入了复旦大学“博学”出版精品系列。其目的,就是要打造出我国广播电视界的一套名牌丛书,特别是要推出一套真正为诸多高等院校认可并具有权威性的教材。

有人感言,讲“感谢”两字最多的莫过于一年一度的奥斯卡电影颁奖典礼中的获奖答词。去年,一位奥斯卡电影获奖者上台领奖前首先发誓说“今天,我站在这里决不讲‘感谢’二字了……”可是,一开口,又“感谢”连篇了。既然“感谢”出自内心,来自肺腑,就不必回避!因此,对于这套丛书的出版,我要借作序的机会说些感谢的话:首先要衷心感谢的是复旦大学出版社。特别是感谢总编辑高若海先生和编辑章永宏,是他们在诸多广播电视书籍纷至沓来的时刻,选择了我作为主编来组织这套丛书,并为这套丛书的出版倾注了大量心血;其次要衷心感谢的是,参加丛书写作的各位专家学者,有了他们投入、专注的耕耘,才有了这套高水平的丛书。感谢所有帮助了这套丛书出版的人们!

今年是中国农历的鸡年,在众多咏鸡的诗歌中,明代诗人的“平时不敢轻言语,一叫千门万户开”是我最喜欢的。但愿这套酝酿、筹划、积累良久的丛书,像唤开千门万户的雄鸡报晓,叩开读者的心扉,唤起读者的共鸣。

孟 建

2005年2月28日于复旦大学

# 目录

导 言 理解电视文化的路径——一种关于“超越”的思路	1
<b>第一章 电视文化的形成</b>	<b>6</b>
导 论 电视媒介的超级影响力	6
第一节 “文化”概念的含义	8
一、“文化”概念的起源	8
二、文化概念的内涵分析	11
第二节 媒介文化概说	15
一、传播之于人类社会发展的必然性	15
二、媒介的发明和发展是人类不断拓展自身传播能力的必然	18
三、媒介文化的形成及发展倾向	19
第三节 电视文化概说	23
一、电视的诞生和发展	23
二、作为大众文化的电视文化	27
三、作为主流文化的电视文化	30
本章小结	32
<b>第二章 电视文化的传播魅力探源</b>	<b>34</b>
第一节 图像魅力和感性思维	34
一、感知图像的快乐	34
二、感性愉悦的奥秘	38
第二节 流动图像的叙事与抒情	43
一、流动画面的叙事之一：长镜头	45
二、流动画面的叙事之二：叙事蒙太奇	47



三、流动画面说理的可能：理性蒙太奇 .....	51
四、流动画面的抒情：长镜头的震撼力和表现蒙太奇 .....	55
第三节 声画互动的魅力 .....	61
一、声音的魅力 .....	61
二、声画组合的魔术 .....	66
本章小结 .....	68

### 第三章 电视文化的制约因素 69

第一节 电视场的形成 .....	69
一、作为社会文化概念的“场” .....	69
二、“纪实”和“美学”功能熔铸的“电视场” .....	72
第二节 电视经营体制对电视文化的影响——政治和经济的合力 .....	76
一、国家经营型(国营型)的电视运营体制 .....	76
二、公共机构型的电视运营体制 .....	78
三、商业型的电视运营体制 .....	81
四、国营与商业结合的中国电视经营体制 .....	83
第三节 文化变迁对电视的巨大影响——以中国当代电视发展为例 .....	86
一、理想主义熔铸的 20 世纪 80 年代中国“文人电视” .....	87
二、“发展才是硬道理”——商业电视的崛起 .....	92
三、社会分层——区隔更加细致的电视文化 .....	97
本章小结 .....	99

### 第四章 电视文化和社会化 100

第一节 社会化以及媒介的社会化功能 .....	100
一、社会化概说 .....	100
二、媒介对人的社会化的影响：“他人导向”的力量 .....	105
第二节 电视文化与社会化 .....	109
一、视觉导师：电视文化与儿童的社会化 .....	109
二、亦正亦邪：电视文化在青少年亚文化中的表征 .....	116
三、永远的童年：电视文化与成年人的再社会化 .....	122
第三节 关于电视文化在社会化中的负面影响的思辨 .....	125
一、电视对儿童的负面影响 .....	126



二、电视对成人的负面影响 .....	132
本章小结 .....	135
<b>第五章 电视文化和意识形态</b> .....	<b>137</b>
<b>第一节 意识形态概说和电视意识形态</b> .....	<b>138</b>
一、意识形态概念的流变 .....	138
二、电视成为一种意识形态 .....	143
<b>第二节 电视意识形态的运作</b> .....	<b>148</b>
一、电视新闻中的意识形态表达 .....	148
二、电视剧与意识形态的表达 .....	152
三、电视广告和消费意识形态 .....	155
<b>第三节 接受与反拨：观众与电视在意识形态领域的互动</b> .....	<b>161</b>
一、电视意识形态的编码与解码 .....	161
二、电视意识形态解读的三种方式 .....	165
本章小结 .....	168
<b>第六章 电视文化的雅俗之辨</b> .....	<b>169</b>
<b>第一节 媒介文化的雅与俗</b> .....	<b>170</b>
一、俗文化和雅文化 .....	170
二、媒介文化的雅与俗 .....	174
三、雅文化对媒介俗文化的批评 .....	177
<b>第二节 电视文化雅俗观念的辨析</b> .....	<b>180</b>
一、电视媒介“俗文化”的表达 .....	180
二、电视文化庸俗化的观众心理基础：窥视癖所带来的 身临其境的幻觉快感 .....	186
三、通俗与高雅的互动——电视文化品位的理想状态 .....	193
本章小结 .....	200
<b>结 语 流动的电视文化</b> .....	<b>201</b>



# 导 言

## 理解电视文化的路径

——一种关于“超越”的思路

本书所关注的核心问题是“电视文化”。

从某种意义上说,理解电视文化是一件困难的事情。首先,电视媒介是人们司空见惯的东西,对于我们中国人尤其是中国都市人来说,从 20 世纪下半叶开始,电视的一代就逐渐形成,电视成为人们家庭中的一员,成为日常生活中不可或缺的伴侣,看电视是同人们吃饭、睡觉一样稀松平常的事情。由于对电视媒介过于熟悉,每个人都有能力发表自己对电视的看法,都拥有自己关于电视的观念,而越是人们熟悉的东西,越难形成统一的观点和看法,电视和人类的关系如此密切,以至于阐述电视是什么,就像阐述“人是什么”一样困难;其次,关于文化的说法始终众说纷纭,据说迄今为止已经有几百个概念了,令人莫衷一是,但其中有一点越来越明确,那就是任何和人相关的东西都有可能成为所谓的“文化”,于是,文化不仅仅存在于艺术中、大学里、典籍内,同样也弥散在人们司空见惯的街道、家庭里的器皿、日常的闲谈语言中,乃至贯穿于人类所有的喜怒哀乐之中。

电视当然也不例外。电视之所以能够成为一种文化,首先是因为看电视的行为成为人们的一种日常生活方式;换言之,电视媒介之所以超越了一种媒介技术而成为一种文化,是因为它对人类的生存影响巨大。正如法国著名思想家鲍德里亚所认为的那样,几千年来人本身并没有发生太大变化,不断变化着的不过是环绕着人们生活环境的那些生活条件而已<sup>①</sup>。的确是这样,若论人类自己的肉体,我们和几百年前的人没有什么区别,但是我们所拥有的生活条件是不一样的,所以我们形成了与古代人迥然不同的生活面貌和精神气质。电视文化就是这些“不一样”中的最绚烂的一个层次。

1971 年,美国广播公司拍摄了一部长达半年的真人秀电视节目。镜头对准了

<sup>①</sup> 高宣扬:《当代法国思想 50 年》,中国人民大学出版社 2005 年版,第 424 页。



罗德一家,这个节目采取了实况录制和播出的形式——“7个月没有间断的拍摄,300个小时不停地放映,没有脚本或剧本,为的就是要呈现一个家庭长时间的奥德赛<sup>①</sup>——它的梦想、它的欢乐、它的不期而至的故事,毫无间断。总之,一段未加工的历史记录,以及‘最伟大的电视表演,在我们的日常生活层面上,可与登陆月球的事件媲美’”<sup>②</sup>。

这是一个极具电视文化隐喻色彩的事件。一方面,这是个电视节目,是用电视的符号——图像、声音等等营造了一个电视的空间;另一方面,它又是生活的,即它让观众看这个电视节目的时候感受不到电视的存在,以为电视表现的罗德的家庭生活就是那个样子,其实并非如此。而且因为电视媒介的介入,更准确地说,由于这个家庭中的成员对“电视对自己家庭直播”这个事实看法不一,导致这个家庭最后破裂。

从这个实例我们不难得出这样的结论:电视媒介已经和我们的生活合而为一了,在某些层面,电视就是生活,生活就是电视。于是,电视媒介成为人类生存中的关键因素,它甚至会像空气一样萦绕在我们周围,让我们觉得它必不可少,又浑然不觉。电视媒介不再是一个需要人类去处理、驾驭的媒介,它也不是仅仅为人类提供信息服务的媒介,它本身就是人类的生活。关于这一点,麦克卢汉看得非常清楚,他说“媒介就是信息”,因为任何一种新的媒介一旦为大众所接受,那么它其实就是在给人们的日常生活引入一个“新的尺度”,这个尺度将修正人们过去的生标准。电视正是这样,从某种意义上说,电视媒介出现之后,人类在很大程度上将要按照“电视的尺度”去生活,而历史可以被分为“前电视时代”和“电视时代”,电视媒介正以无与伦比的力量彻底改变着人类的生活。

所以,谈电视文化,其实是谈在电视统摄下的人们的生活。理解电视文化,必须有一种超越电视(媒介技术)进而进入人类生活的思路。因此,“电视文化”的“文化”,其基点是英国思想家雷蒙德·威廉斯的文化概念:文化是一种生活方式。只有从生活方式入手,我们才能真正理解电视文化的含义,进而对电视媒介也有更深入的认识。

鉴于此,本书将从如下的几个环节引导读者进入电视文化。

第一,对电视文化进行类似“谱系学”意义的分析,即探究电视文化形成的历史

---

<sup>①</sup> 《奥德赛》是《荷马史诗》的一部分,讲述的是特洛伊战争以后,希腊英雄奥德修斯率部回乡,沿途经历了一系列的冒险、灾难,最后回家的故事。奥德修斯等人经历的事情惊心动魄,所以鲍德里亚说在这些故事里有所谓的“梦想、欢乐”等等因素。

<sup>②</sup> 让·鲍德里亚:《拟像的进程》,参见吴琼编:《视觉文化的奇观》,中国人民大学出版社2005年版,第109页。



路径。电视文化不是与人类文化一起产生的,媒介文化的发展是其宏观背景,电视技术的诞生和完善是其形成的直接动因。这是本书第一章的内容,即阐释了“文化→媒介文化→电视文化”这样的发展历程。

第二,对电视文化的“运作动力”进行分析,即电视文化的运作动力是来自电视媒介的传播力,其传播力的根源是电视传播的符号力量,即电视媒介是如何通过声音、图像等来表情达意,甚至论述道理的。这是本书第二章的内容。正是因为这些传播符号具有这样的力量,所以电视媒介才会给人类造成如此巨大的影响,电视文化才得以形成。

第三,如果说符号的力量是电视文化形成的内部力量,那么体制和文化积淀就是影响电视文化的外部因素。正因为如此,尽管世界各地的电视媒介都是使用声音和图像来传播信息,但是由于体制和文化积淀的不同,造就了面貌和内涵都迥异的各种电视文化。这是本书第三章讨论的问题。

第四,阐述电视文化对人类社会的影响。这是本书第四章的内容。电视文化和人类社会的关系是一个内容庞杂、范围广阔的选题,所以我们在电视文化和人类社会之间选取了一个关键的切入点来进行分析,这就是“电视文化和人的社会化”。因为“社会化”是贯穿人一生的主题,从某种意义上说,电视文化对人类社会所有的影响都是由“社会化”来完成的。理解了这一过程,我们就能明白电视媒介在人的一生中能扮演什么样的角色,也就理解了电视为什么能够成为一种生活方式。

第五,如果说第四章论述的是电视文化对人的影响,那么第五章就是探讨人乃至由人形成的社会是如何影响电视文化的。我们人类是通过“意识形态”的方法来塑造电视文化的,换言之,任何电视节目都是对相应的“意识形态”的传播,不经过“意识形态”的塑造,电视文化就不会具备影响人和社会的能力。

第六,在分析了电视文化的历史渊源、内涵、外延以及电视文化运作的基本规律之后,第六章着重对电视文化作出了一定的价值判断,即电视文化究竟是好还是不好,是善还是恶。这是对电视文化进行的伦理学意义上的价值评判,力求让读者能够对电视文化持有一个正确的态度。

本书力图从内到外、从历史渊源到结构功能、从认识论到伦理学对电视文化进行全方位的扫描,进而形成一个完整的电视文化的认知体系,同时论证这样一个命题,即在电视文化的视野中,电视就是生活。就像鲍德里亚所说的那样:“电视带来的‘信息’,并非它传送的画面,而是它造成的新的关系和感知模式、家庭和集团传统结构的改变。”<sup>①</sup>这也就意味着电视文化的本质是营造了一种全新的电视和人类

<sup>①</sup> 鲍德里亚:《消费社会》,南京大学出版社2000年版,第132页。



的关系。

那么,电视究竟是一种什么样的生活呢?这是本书力图探索的一个核心命题。从电视的功能来看,观众看电视要么是为了了解客观现实的情况,要么是为了消遣娱乐,甚至获得一种审美愉悦。也就是说,一方面,电视是“纪实”的,它用电视的声画语言来描画周遭客观现实,以此延伸人们的眼睛和耳朵,让人们不出门而知天下事。对于观众来说,“了解客观现实”是为了能够更好地把握客观世界的发展规律,以此增强自己面对客观自然的力量。从这个意义上说,“信息就是力量”是至理名言。“纪实的电视”让人们产生这样的认知:原来这个世界上还有这样一种生活状态和方式,原来人竟然可以活得这样(美好或者糟糕)!这种认知会让人们对自己的生活现实产生一种修正的参照体系——人们要么会将电视当中的人和事作为榜样去追求这种美好,要么会提醒自己努力避免电视所表现出来的不幸。另一方面,电视是“美学”的。电视会虚构一个和客观现实无关但人们完全可以理解的符号的世界,对这个世界的理解和体悟会给人们带来感性的愉悦和精神的享受。早在古希腊时期,亚里士多德就说过:“戏剧是模仿生活应该有的样子。”“美学的电视”也是如此,它是展示了一个比现实世界更美好、更理想的世界,人们观看这类电视节目后应该产生这样的心理状态:生活应该是这样的,而我们现实当中的生活是残缺的。他同样会按照电视的指向做出生活的努力和修正。

所以,电视文化和人类生活的关系应该表现为一种“理想生活的诱惑”。鲍德里亚说得精辟,“在电视和当代大众传媒的情形中,被接受、吸收、‘消费’的,与其说是某个场景,不如说是所有场景的潜在性”<sup>①</sup>,这个“潜在性”就是电视信息背后暗示的那个世界。没有人会无动于衷地看电视,人们要么信任电视,接受它的引导,要么就离开电视、拒绝电视。电视文化要么对人们产生不了任何影响,要么让人心向往之,对电视的世界心生艳羡,进而修正自己在现实生活中的行为,而在当前这个时代,不受电视文化影响的人是少之又少。

在此,对电视文化的理解最终一定会上升到一个哲学的层面,那就是,人们对电视的迷恋——这正是电视文化巨大影响的来源,归根到底是因为人们对“希望”的追求,只有这种追求才真正和人类的幸福相连,电视文化的魅力才会永恒。人们获得希望的方式有很多种,而在当代,“看电视”是最普遍、最重要、也是最容易的一种。无论是纪实还是虚构,电视节目所表现出来的世界都会引发观众产生改变自身现状的冲动,电视通过声音和画面,不断展示生活的可能性,也就是不断展示相对于现实生活的最可能的美好生活。虽然人们看电视要么是在认知(观看纪

<sup>①</sup> 鲍德里亚:《消费社会》,南京大学出版社2000年版,第132页。





实节目),要么是在消遣(观看娱乐类节目),但他们都会因此而被激励。看了电视节目之后,他们也许会去追求电视中的女明星,也许会去购买偶像推荐的化妆品,或者去参加某个电视综艺节目的海选,甚至会按照电视剧当中一个他所喜欢的人物形象来塑造自己,但无论如何,电视信息让他们产生了改变自我和改变现实的愿望,电视文化就此和人类生生不息的发展紧密联系在一起。而这,正是电视文化的本质。