

神话

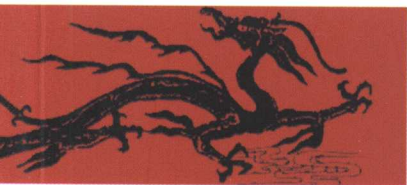
MYTH: UNDERSTANDING THE MEDIUM SURVIVAL
OF CHINESE TRADITIONAL CULTURE
— AN ANALYSIS OF TV PROGRAMS

理解中国传统文化的媒介化生存

——基于对电视传播的考察

晏青◎著

中国社会科学出版社



神话

MYTH: UNDERSTANDING THE MEDIUM SURVIVAL
OF CHINESE TRADITIONAL CULTURE
— AN ANALYSIS OF TV PROGRAMS

晏青◎著

理解中国传统文化的媒介化生存

——基于对电视传播的考察



中国社会科学出版社

图书在版编目(CIP)数据

神话:理解中国传统文化的媒介化生存:基于对电视传播的考察/晏青著. —北京:中国社会科学出版社, 2015. 5

ISBN 978-7-5161-5530-1

I. ①神… II. ①晏… III. ①电视—传播媒介—应用—神话—中华文化—研究 IV. ①B932. 2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 026830 号

出 版 人 赵剑英
责任编辑 郭晓鸿
特约编辑 李 英
责任校对 韩海超
责任印制 戴 宽

出 版 中国社会科学出版社
社 址 北京鼓楼西大街甲 158 号(邮编 100720)
网 址 <http://www.csspw.cn>
发 行 部 010-84083685
门 市 部 010-84029450
经 销 新华书店及其他书店

印 刷 北京君升印刷有限公司
装 订 廊坊市广阳区广增装订厂
版 次 2015 年 5 月第 1 版
印 次 2015 年 5 月第 1 次印刷

开 本 710×1000 1/16
印 张 18.75
插 页 2
字 数 289 千字
定 价 58.00 元

凡购买中国社会科学出版社图书,如有质量问题请与本社联系调换

电话:010-84083683

版权所有 侵权必究

序言一

晏青属于学习刻苦学术执着，又能够较好地掌握方法且有灵气的人，故攻读博士学位三年，取得了丰硕的成果。“文艺与传媒”专业的学习，需要文艺学、传媒学等广泛扎实的跨学科的知识，更需要在这些众多知识领域融会贯通的基础上确定好个人研究路径，相对其他诸如文艺学、新闻学、传播学等专业的博士生来说，学习、研究的方法显得更为重要。博士生三年时间，结合导师的培养计划，晏青在学习探索中，逐步探索出了一条属于自己的学术道路。在丰富的历史文化坐标中，他找到传媒研究创新的契合点。读了他的博士论文，我深深感悟到了这几年他所走过的不平凡的学术之路。

近代以来的中国是一个文化复调的国度，多种声音，多种路径缠夹在一起，“你方唱罢我登场”。其中最为突出的是现代化，它是一个多世纪以来的重要议题，从经济层面、政治层面、社会层面和文化层面向西方发达工业社会靠拢。现代性的世界之旅，也是一个全球化的过程。伴随全球化的推进，本土化的呼声也此起彼伏。中国介入其中，只不过这场参与是有选择性的，有学者将这种理性选择表达为“经济向右，政治向左”，这是一种区隔性、有限性的现代化路径选择，也是一个民族自觉的身份诉求。国家对传统文化传承的扶持便是这种有限抵抗全球化、去中国化之举。

正如晏青在书中指出的，传统文化出现于不同历史语境有着不同的遭遇：一方面，在传统社会，它本身就是神话，但在中国 20 世纪数次思想启蒙和社会政治运动中被消解；另一方面，作为思想启蒙资源的有益的部分，传统文化又因为启蒙成为一种新的神话和权力时，被后现代主义运动

推倒。尤其在大众传媒多元话语中,传统文化面对新的媒介、新的编码方式、新的生活体验与新的知识生产方式,出现了异于传统社会传播的新特征和规律。这是个老问题,是个经典问题,也是一个随着社会环境变化、媒介形态更新而需要面对的新议题。学术界已有很多关于传统文化现代传承、媒介传播的研究,晏青的《神话:理解中国传统文化的媒介化生存》是其中一例。他选择电视传播来考察传统文化的媒介生存问题既符合电视作为中国几十年来最重要媒介的历史事实,也符合传统文化在电视媒介中总量最大,最能体现现实诸多力量的博弈。报刊、广播、互联网等大众媒介现在看来仍然不是传统文化的最佳栖息地。拥有国家属性、公共关照和较强表现力、影响力与传播力的电视媒体,尤其随着技术的进步,与互联网的融合,为传统文化传播提供了更广阔的舞台。

本书以史论结合的思路,以神话学阐释为方法论研究传统文化的电视传播,进而揭示隐藏于节目中的意识形态运作,突破当下多论策略而少有理论观照的研究格局。作者对传统文化电视传播的重要现象进行诠释,有理论层面的尝试,有发展历史的整理,有不同变量的辨析。整个研究浑然天成,既有个案剖析,又有理论的厚度,其学术价值蕴含其中。

本书挖掘电视媒介的传统文化传播的规律和意义运作方式,有以下几点让人欣慰。

一是探索神话学理论的勇气。本书属于基础理论研究,作者试图整合多种理论资源,建构一种解神话的去蔽方法论。从罗兰·巴特的神话学理论实践出发,挖掘了先秦诸子的去蔽主体建设思想;并与怀疑论思潮、反本质主义等进行对比,将其中一些理论、方法契合性地转换到神话学的理论视阈。形成了基于自在物、主体、符号和意识形态等四个变量相互作用的方法模式,形构有一定理论价值、操作的阐释方法。拓宽电视文化研究视野和路径,完善电视文化批评生态。

二是建构了一套独具特色的传统文化媒介化生存的理论框架。在第一章,试图构建一种解神话的方法论,为本书的后面内容提供理论基础和范式。从国内外思想中获取理论资源,以此构建一种基于辩证视野,集各种理论之长的去蔽理论进路,进而解释传统文化的电视传播现象,将传统文

化研究从文化人文学转向文化社会学。第二章，立足于“史”的角度梳理中国传统文化的电视传播历史。清晰地梳理了传统文化电视传播是如何由混沌到自觉，由早期的“摇旗呐喊”的“工具角色”转变为现在的“走马圈地”的“英雄角色”。第三、四、五章，分别从传统文化传播的仪式化、权力化、娱乐化三个维度切入，集中讨论了传统文化的媒介逻辑、生态形态，以及来自政治、资本两个变量的影响，辨析了这些变量是什么、如何作用，并最终成为结构性现实的。最后，作者提出传统文化的主体建设、融合机制的尝试。这一套理论框架的建构体现了作者研究问题的底气和驾驭跨文化论题研究的能力。

三是作者研究视野宽阔。研究中作者跨学科理论资源丰富，进一步夯实了著作的理论厚度和学术价值。作者较好地运用神话学、阐释学、艺术学、文化学、传播学、媒介学等学科的研究成果，对传统文化神话学研究中一些复杂而令人困惑的问题进行综合考察，对传统文化媒介化生存中模糊不清的理念进行分析和阐述，对娱乐修辞中传统文化与意识形态的物态化研究中规律性的问题予以发掘。较好地运用传统文化中诸多理论资源，来理性地辨析传统文化媒介化生存诸多样本，并进行多维度透视、多方面挖掘，充分体现了作者深厚的传统文化积累和传媒理论的功底。

四是对传媒文化现实的深切关怀。本书做到史论结合，从仪式化、政治权力、娱乐修辞三个面向对传统文化的电视传播进行了全面而深入的解密，认为中国传统文化的大众媒介生存实质是仪式化的生存。立足于考察国家权力、政党合法性等角度认为当下国家弘扬传统文化更主要的是基于权力、合法性的需要，而非单纯的建设社会文化、履行其公共服务的职责。同时对传统文化电视传播背后的资本逻辑、文化话语权争夺等问题有所揭示。

除此，本书有一些新观点和新表述很有启发，比如：传统文化的大众媒介生存大多数时候是仪式化生存、娱乐修辞、传统文化的知识化转向、融合机制，等等。这些发现为传统文化传播提供了新的视阈。

研究者的修养应该是多方面的，文字语言的表达能力是从事人文社会科学研究最根本且重要的基础，是研究者转化科研能力的工具，读晏青的

著作更有这样的感受。在校时他就出版了诗集《湿漉漉的人》，读起来很有韵味。文学语言的厚实功底，铸就了他学术著作行云流水般的风格。

晏青在著作中诸多方面的创新难能可贵。但本书也存在一些不足：神话学方法论建构仍有待完善，对政治、资本与传统文化的博弈过程需要更仔细、透彻的分析。电视文化多元化是建构传统文化媒介化生存理论的重要基础，作者还应该加强对中国电视文化现实发展的研究，这样可以使我们的研究离电视传播实践更近一些。对这样一位年轻的学者，似乎有些苛求。但可以相信，凭借作者学术上的执着追求和坚实的学术功底，完全可以在传媒学术领域做出突出贡献，我期待着！

欧阳宏生

2014年11月

作者系全国“首届”十佳广播电视理论工作者，中国高校影视学会副会长，四川大学教授、博士生导师、新闻传播研究所所长

序言二

晏青到我单位帮助工作才有半年多的时间，初来时，他言语不多，不久，他和我出差到山西参加平遥国际摄影节的活动，一路上我们闲聊，非常愉快。他喜爱中国传统文化，勤于思考和研究、思维严密而活跃、勤勉有礼，给我留下了深刻的印象。他请我给他的著作《神话：理解中国传统文化的媒介化生存》作序，我欣然答应。

中国传统文化源远流长，是中华文明历经沧桑积淀的精华，中华民族文明智慧的结晶。传播中国优秀传统文化，是中华儿女共同的使命和责任。中国政府历来高度重视传统文化的传承。习近平总书记指出中华优秀传统文化是中华民族的精神家园，是人类文明的生存智慧。他要求我们要“加强对中华优秀传统文化的挖掘和阐发”，“要使中华民族最基本的文化基因与当代文化相适应、与现代社会相协调”，“让 13 亿人的每一分子都成为传播中华美德、中华文化的主体”。习近平同志的传统文化观为传统文化的当代发展指明了方向，如何准确把握优秀传统文化的时代价值和中国梦的丰富内涵，从优秀传统文化中汲取实现中国梦的精神力量，是我们当前面临的重大理论与实践课题。

文化传播有很多路径，晏青在本书中，从媒介传播的“神话”角度，运用多种相关理论，立足于“史”，梳理了中国传统文化的电视传播历史，阐述了传统文化传播的性质、形式、内容和目的等，落脚点在于引导传统文化媒介传播走出神话，用感染人的作品、生动多样的形式，服务党和人民群众，让中国优秀传统文化生生不息、薪火相传。

正如晏青在书中所谈到的，传统文化的媒介化生存要避免传统与现

代、中国与西方等二元思维束缚。大众文化并非传统文化持久发展的唯一道路。传统文化的过度娱乐化,可能带来人的惰性、自我矮化,以及自我殖民化,这些都是需要我们警醒的。感动于晏青的信任以及他这样的年轻一代对于中国传统文化的热爱和对文化遗产的危机感、紧迫感与使命感,同时也抱着学习的态度研读了他的论文,收获颇丰,深有感触,作此小序。

王 萍

2014 年 11 月于北京

作者系国务院侨办国内司副司长(主持工作)

前 言

迄今为止，电视是大众媒介中最适合传统文化生存的媒介形态。报纸追求时效性；广播是单纯的听觉艺术；新媒体是多元文化交融，更利于后现代主义演练。而电视是视听语言构筑的作品，是最具公共性、权威性的媒介。传统文化作为一种过去时态的文化形式，一部分如三纲五常、裹脚文化等因失去与现实框架的联系而艰难地在当代空间寻找栖居之地；另一部分如“天人合一”、“人际伦理”等作为民族无意识融入个体基因，辐射性地与现实世界发生关联，产生意义。要实现中国优秀传统文化的最大化继承和发扬，就需要一个具有国家权力保障而不失现代精神的优势媒介进行传播。所以在一定程度上讲，作为社会公器的电视，尤其立足社会主义公有制、坚持为人民服务、为社会主义服务的中国电视媒介，更适合站在民族文化遗产的高度，传播优秀的传统文化。十七届六中全会重点讨论文化建设问题，提出优秀传统文化凝聚着中华民族自强不息的精神追求和历久弥新的精神财富，是发展社会主义先进文化的深厚基础，是建设中华民族共有精神家园的重要支撑。传统文化的传播、继承对中华民族身份确立具有重要意义。

中国传统文化一直都颇受关注。国外的一些人类学著作中就有对中国文化的评述，如吕西安·列维·布留尔^①的《原始思维》，但对中国文化进

^① 吕西安·列维·布留尔（1857—1939），俄裔法国社会学家、人类学家和哲学家。他最具影响力的著作是《原始思维》。他对原始心理状态进行了详细的研究，认为原始人的思维是一种以集体表象为形式、以互渗为规律的前逻辑式神秘思维。这种思维相信人与外界事物之间有着部分或整体的等同。二者可能通过神秘的方式来彼此参与、相互渗透，形成极为独特的认识过程。

行系统研究的著作还没有出现。20 世纪初西方传教士写过一些中国文化杂感的书,比如卫礼贤^①的《中国心灵》、罗斯的《变化中的中国人》等。^②20 世纪 60 年代以来,马克斯·韦伯认为,以儒家伦理为核心的中国传统文化与现代化水火不容,东方只有皈依基督教才能发展。与此相反,有很多学者认为,中国儒学思想可以补救西方文化的偏弊。如 H. 卡恩(Kahn)提出“新儒教国家”(New-Confucian Countries)的概念,认为中国文化不仅包含现代化潜力,而且其中的儒家传统是东亚工业地区成功的重要因素。汤恩比(Arnold Toynbee)在《文明的考验》一书的结论中,呼吁以中国孔子、老子与其他世界性哲人的生命精神作为回应挑战的出路。德国哲学家雅士培(K. Jaspers)称孔子与老子为世界性的伟大哲学家,并以公元前 6 世纪前后东西方大哲一时并出的最高潮为人类的“历史轴心”。怀德海(A. N. Whitehead)在《科学与现代世界》中,赞叹中国文化是越研究越值得欣赏的伟大成就。^③

总体而言,国外基本还没有系统性的研究中国传统文化的著作。不过,国外在文化研究的方法论上倒为研究传统文化提供了启发。20 世纪以来,对电视的研究主要分为电视传播研究和电视文化研究,传统的电视传播将电视当作一种媒介或载体,关注电视传播的效果,有魔弹论、议程设置等代表性理论;电视文化把电视传播当作一种文化现象进行研究,更多关注人与人、人与社会复杂的互动情境,以及意义的生成等问题,这两种研究路径构成了现代电视研究的基本格局。

另外,电视文化研究少有集中对传统文化的研究,而将重点放在对电视观众的分析上,进行“社会效果”研究和“收视及满意度”研究。总的来说,有以下两种立场:第一,经验主义的态度。持此立场的研究者比较关注电视的社会功能及其影响力,他们从社会学、文化学、心理学、

① 卫礼贤(1873—1930),德国汉学家,原名理查德·威廉,来中国后取名为卫希圣,字礼贤。1899 年,来到中国青岛,开始传教。他曾翻译过《论语》《大学》《诗经》等儒家经典和《老子》《庄子》《列子》等道家经典。还著有《实用中国常识》《老子与道教》《中国的精神》《中国文化史》《中国哲学》等。

② 转引季国清《文化嬗变的时代色彩》,人民出版社 2008 年版,第 2—3 页。

③ 转引王崇文《中国文化之深层结构》,新文丰出版公司 1995 年版,第 105—107 页。

传播学、符号学等学科角度论述了电视对人的巨大影响。代表著作有尼古拉斯·阿伯克龙比的《电视与社会》和约书亚·梅罗维茨的《消失的地域：电子媒介对社会行为的影响》等。第二，批判的态度。代表著作有安德鲁·古德温与加里·惠内尔合著的《电视的真相》、马克斯·霍克海默和西奥多·W. 阿多尔诺合著的《文化工业》、皮埃尔·布尔迪厄的《关于电视》等。持该立场的研究者关注的是电视媒介给文化、青少年带来的巨大负面影响。正如布尔迪厄所说：“在 60 年代，当电视作为一种新现象问世时，电视关注的是文化品位，追求有文化意义的产品并培养公众的文化趣味；可是到了 90 年代，电视极尽媚俗之能事来迎合公众，从脱口秀到生活纪实片再到各种赤裸裸的节目，最终不过是满足人们的偷窥癖和暴露癖。”^① 这种批判立场从法兰克福学派对大众文化的批判，到伯明翰全面铺开的文化研究，以及正如火如荼的后现代视阈中的电视文化研究得以传承，文化研究主要立足于电视文化的大众文化属性的基础上展开，并成为影响世界的主流。

国内相关研究着力较多，成果亦较为丰富。传统文化作为中国一种本土化、本体化的文化形态，是理解和把握现代中国各种文化思潮的重要路径。近代以来，传统文化在启蒙与救亡、冒进与变革的历史进程中历尽波折，沉浮于各种社会运动、政治变革浪潮。从 20 世纪 80 年代开始，传统文化重新进入研究视野，并得到了相对全面地整理、阐释，对此进行系统性研究的学者有钱穆、牟宗三、余英时等。对传统文化的描述亦详尽充实起来，诸如传统文化的结构、价值、知识、符号、特征、内核等命题，便是如此。

在 20 世纪，中国传统文化是一个备受关注的对象，在历次文化论争中，主要围绕以下几个方面展开：一、以儒家和道家为核心的中国传统文化是否具有人的精神，是否扼杀人性？一种观点认为，区别于西方文化传统，中国传统文化关注自然和世界的本质，它探讨的主要是人际关系、人文世界、人的伦理纲常，因此充满了人的精神；另一种观点认为，中国传统文化由于强调人与自然的“天人合一”境界和“三纲五常”不平等的、

^① [法] 皮埃尔·布尔迪厄：《关于电视》，许钧译，辽宁教育出版社 2000 年版，第 101 页。

以自然血缘伦理关系为核心的伦理中心主义,它不具备人的精神,扼杀人的个性和创造性,同时也阻碍了理性和科学发展。二、在现代市场经济和工业文明的条件下,中国传统文化何去何从?主要观点有三:第一种是“批判继承说”,认为对传统文化的继承应建立在批判上,保留精华,去除糟粕。第二种是肯定中国传统文化,认为中国传统文化由于关注人际关系,有助于克服现代工业文明对人和自然关系及人与人的关系的破坏,因此要复兴中国传统文化。西方一味地提高文化优越感,尤其在第一次世界大战结束后,德国的一位中学教师斯宾格勒所著的《西方的没落》出版,引起了世界范围内对西方文明的质疑,人们把目光转向东方文化,试图从东方文化中寻找拯救世界的良方。有人主张要用儒家文化拯救西方,或在儒家文化基础上“重建新的世界文明”^①,有人认为,中国的儒家制度“值得全人类的景仰”^②,还有人认为西方文明崩溃之时,“解决战后文明难题的钥匙即儒家思想”^③,东方文化和西方文化关系是“三十年河东,三十年河西”。到21世纪,三十年河西的西方文化就将逐步让位于三十年河东的东方文化。^④第三种是彻底批判态度,属于彻底重建说。它认为因为中国传统文化扼杀人的个性和创造性,扼杀理性与科学,与现代工业文明不相容,应该推动中国传统文化的彻底转型,建立现代工业文明理性的、创造性的文化精神。^⑤基于这些视阈,学界还结合“五四”新文化运动、“文化大革命”等传统文化的历史实践,以及全球化浪潮下西方文化、消费文化等文化症候进行批判,以期在批判的实践中,在对传统文化的现代价值、现代化转化等讨论中,厘清并重建传统文化的本体地位。

新时期以来,儒学的研究领域更加宽泛,研究也越发深入。研究内容大致可归为三类:学术性的文献及专题研究、中西对比下的儒学特性与本质、儒学未来发展趋势。从方法上看,呈多元化趋势,有传统的国学方法,有历史唯物主义方法以及西方系统论、结构主义和分析哲学等方法,

① [美]许倬云:《中国文化与世界文化》,贵州人民出版社1991年版,第89页。

② 陈季同:《中国人自画像》,贵州人民出版社1998年版,第48页。

③ 辜鸿铭:《中国人的精神》,海南出版社1996年版,第27页。

④ 季羨林:《21世纪:东方文化的时代》,《文汇报》1992年3月10日。

⑤ 衣俊卿:《文化哲学》,云南人民出版社2001年版,第229页。

还包括综合性的方法。不仅出现了以上系统的方法,还体现了“拓展考察的新视野、注意研究的方法论、寻求古今的契合点”^①等方式。20世纪90年代主要关注儒学与现代性、儒学与21世纪、儒学与文化全球化、儒学与东亚经济发展及亚洲金融危机、文化讨论与儒学、儒学与马克思主义、现代新儒学研究、与儒教研究等等。国内对中国传统文化的研究主要包括以下几种:一、中国传统文化的现代转型研究。近代以来,关于此问题的研究主要形成了儒学复兴、折中调和以及综合创新三种解决方案。近年来,学术界在秉承前人研究的基础上,提出了一些新观点。概而言之,主要围绕两个问题展开:第一是文化资源的再诠释,即哪些优秀的传统文化可以转化?比如像自强不息的奋斗精神、厚德载物的仁爱精神、爱国爱民的集体主义精神等传统精神应该大力发扬。研究梳理了儒家、道教、佛教、古代文学、艺术、饮食等方面的核心内容、核心精神对当代文化构建的启发。第二是现代转型遵循哪些原则与路径?其中,现代意识与精神备受关注。现代知识是基础、现代观念是灵魂与现代制度是保障应该是中国传统文化现代化的“三个支点”,两种文化的融合必须是理想主义传统与务实精神、集体主义精神与市场经济的个性张扬、革命英雄主义精神与大众文化等辩证结合。^②二、传统文化的大众传播研究。学术界对传统文化的大众传播围绕两个维度展开:第一是传统文化如何促进媒介内容生产。传统文化作为一种重要的文化资源,参与现代媒介内容构成,提升媒介产品质量,扩大媒介影响力。正如有学者指出的,中国传统叙事文本中的真实自然风格、抒情写意性手法、意境营造都对影视创作具有启发作用。同时在内容生产、情感基调、表现形式上,都极大影响了大众媒介内容生产。第二个维度是作为渠道的大众媒介如何有效传播传统文化,以实现传统文化的传承。学术界认为,由音视频、计算机网络、系统集成、传感技术等技术手段组成的当代数字媒体技术,为传统文化的发展提供了新的技术平台。这一系列成果主要宏观地梳理中国传统文化、探析现代化的历史阶段、寻求传统文化的转化路径。此论题的相关论文中,主要讨论传统文化与现代化

① 夏乃儒:《近年来孔子思想研究的新进展》,《文汇报》1989年10月10日第4版。

② 邵正:《当代文化矛盾与哲学话语系统的转变》,《中国社会科学》2011年第3期。

的冲突性、转化性,更多的是从哲学原则、方法理念上提出传统文化现代化转化的理论指导和策略思考,其中也不乏具体的传统文化的现代之辩。

三、传统文化的文化融合研究。中国传统文化本身是一个生成与融合的过程,有学者研究历史上儒、释、道、法家等思想的融合历程与机制。^①同时,传统文化与一些现代文化形态的密切关系也受到学者关注。诸如现代企业文化、现代建筑等现代文化形态被认为是传统文化与现代文化融合的成果。比如,网络游戏也是大众文化与传统文化共同作用下的文化产品。时尚与传统文化并非泾渭分明,而是相互转化的,传统文化只是以另一种形式、元素融入现代生活。

总体上,传统文化的媒介化生存需要进行现代话语转换已成为学界共识,切入角度多为本体论和方法论。从认识论层面对传统文化媒介化生存进行考察的相对较少,比如,中国传统文化中许多“常识”在后现代视野中受到质疑。葛兆光在《中国思想史·导论》中谈到“中国伦理”的合法性,我们一直尊为共识的汤之贤、纣之恶、孔之圣,其来源并不能让人信服。再比如儒家的宗教性起源,“儒”文明是在权力中凸显与确认的,文明的传统只不过是时间和权力共同建构的东西。他同时质疑了道教、唐文化等几个问题,认为所谓“华夏文明”与“儒家伦理”,其合法性和合理性其实是逐渐由权力确立起来,再由权力将其扩张与辐射到整个中国,最后由时间把它渐渐积淀成“历史”,皴染成“传统”的。^②中国传统文化的共识的形成有权力建构的因素。所以,传统文化在现代电视传播这种“共识”、“权力”的构建也一样是令人兴奋的主题。这些权力关系“使之成为强加一种文化专断和掩饰这一强加的双重专断性所必需手段的系统,即成为符号暴力的工具与掩饰(即合法化)这一暴力工具之间的历史性结合。”^③

尤其随着通信技术、传播手段的进步,传播对文化的影响日益凸显,

① 袁钰等:《中国文化的生成与整合》,中国时代经济出版社2010年版。

② 葛兆光:《中国思想史·导论》,复旦大学出版社2010年版,第131页。

③ [法]皮埃尔·布尔迪厄、J. C. 帕斯隆:《再生产:一种教育系统理论的要件》,邢克超译,商务印书馆2000年版,第24页。

这一问题变得更为复杂。意识形态的传播广度与效度在新传播格局下都发生了明显变化，正如汤普森指出的那样：

文化经验在深层次上由各种大众传播媒体的象征形式传播所形成。正是这种现代文化的传媒化而不是所谓的社会生活世俗化和理性化提供了主要的参照框架，今天以此重新思考意识形态的分析。……在以大众传播的发展为特点的社会里，意识形态分析应当集中关注大众传播的技术媒体所传输的象征形式。意识形态分析不应集中于有组织政治集团所指定和信奉的世俗信仰体系，而且应当首先面向在社会领域中流通与权力关系相交叉的多种复杂方式。大众传播的技术媒体是中心关注点，它不但作为象征形式的流通与传播渠道，而且作为产生时、空上延伸的新型行动与互动及新型社会关系的机制。^①

现代传播下要求以一种全新的视角审视传统文化的媒体化生存，由本及末，先厘清传统文化现代生存的认识论、本体论，才可能走向传统文化生存策略、文化创新等方法论问题。所以，传统文化的电视媒介传播一方面需要有高瞻远瞩的视野，另一方面也要有理性面对过去的勇气与智慧，正如意大利学者克罗齐所言，一切历史都是当代史。可以说审视传统文化传播是对当下文化责任的体现。从1958年电视诞生到现在，已形成了多种媒介繁荣发展的格局。中国传统文化在电视媒介的传播有许多值得思考的课题：传统文化与电视是如何镶嵌传播的？文化与媒介之间是如何协调共进的？五十多年里，传统文化的电视传播是如何融入历史的逻辑的？意识形态是如何运作的？视觉文化背景下，传统文化现代意义生成的机制是什么？当代文化模式中，传统文化的电视传播是否存在更契合实践性主体的传播路径？这些问题在新的媒介环境、政治体制、文化前景中，越来越凸显出来，这其中形成的神话是进入这些问题的重要切入点。

^① [英] 约翰·B. 汤普森：《意识形态与现代文化》，高铨译，译林出版社2005年版，第286—287页。

目 录

前言	(1)
第一章 方法论:传统文化电视传播的神话学阐释	(1)
第一节 作为研究对象的传统文化	(2)
一 传统文化:一个总体性概念	(2)
二 传统文化的电视传播形态	(4)
第二节 神话面向与解蔽的可能性	(6)
一 发现传统文化的神话意蕴	(9)
二 传统文化作为现代社会的神话	(11)
三 媒介即意识形态:无法回避的论题	(13)
第三节 解神话:理论视阈与理路辨识	(15)
一 罗兰·巴特的神话学实践	(16)
二 先秦的去蔽理论资源	(19)
三 神话学理论与怀疑论	(22)
四 神话学理论与反本质主义	(22)
第四节 去乌托邦:神话学阐释方法论的形构	(31)
一 罗兰·巴特神话学理论反思	(31)
二 神话学阐释方法论的形构	(34)
第二章 历史脉络:传统文化电视传播的实践	(44)
第一节 草创期(1958—1978)	(44)