

电视传播与电视文化



冉华 著

武汉大学出版社

可贵的探索

——《电视传播与电视文化》序

曹璐

传播学者施拉姆说：“电视的发明是人类了不起的成就，而人类如何运用电视将是对人类智慧更大的考验。”当代社会电视已成为拥有受众最多的强势媒介。电视以其强大的包容性和渗透力，极大地影响着现代社会生活的各个层面。近年来，新闻界对电视传播实务方面的研究已经取得相当成果，然而对电视传播理论的研究，特别是对电视传播与电视文化方面的系统研究还较为鲜见。从这个角度讲，冉华同志的《电视传播与电视文化》对电视进行传播文化研究是有一定理论价值和现实意义的。作为中青年新闻教育工作者，能够主动开设新学科课程并为教学需要较早拿出教材，这其中是有相当难度的。冉华同志能够在繁忙的教学工作中，克服资料匮乏等诸多困难，勇于在传播学研究的前沿领域进行探索，并取得可喜成果，这种精神值得称道。

《电视传播与电视文化》将电视的研究置于传播学的领域，却没有停留在一般的经验型研究层面上，作者借助了符号学、文化学、社会学等有关研究理论和方法，描述电视沿革、解读电视符号、剖析传播模式和规则，从中透视电视传播的文化效应。可以看出作者搜集了较翔实材料，研究领域涉及较广且有一定深度。本书力图说明：电视既是一种传播手段，亦是一种文化形态。电视这一现代化传媒集信息传播、教育、服务、文化等多元功能于一身。它不仅影响和改变着旧的传播活动模式、意义和功能，也由此对个人、社

会以及当代文化和社会文明建设有着深远影响。

当前我国正处于社会主义初级阶段,社会转型期出现的新旧观念冲突、社会心理失衡,以及传统文化、现实文化中精华的提升与糟粕的沉浮等,将在电视传播与电视文化领域中突出地反映出来。作者在本书中特别论述了电视传播的负面效应问题,提出由于电视的全息效果所造成的对受众选择能力的削弱及传播视觉化倾向对社会人格的塑与影响等。这些观点对构建具有社会主义中国特色的电视文化学亦有一定参考价值。

任何事物都有一个不断完善、成熟的过程,特别是新兴学科的研究更是如此。《电视传播与电视文化》同样也存在着不够完善之处。如:从全书内容侧重来讲,电视文化部分的论述似显单薄。对电视引发的文化形态的研究以及电视文化与整个社会文化系统的关系等方面的论述还可加强;跨学科研究不仅表现在多学科综合研究的渗透性上,还要采用相应的科学研究方式、方法,从而得出更有说服力的结论;面对数字化压缩技术与卫星电视等现代传播手段的开发,电视传播与电视文化将面对传播新格局的挑战,如何对这一课题进行前瞻性研究还可进一步探索等等。以上想法只是一种建议,希望作者百尺竿头更进一步。因为本人对电视传播与电视文化的研究并非内行,透过上述文字希望表达多年从事新闻教育同仁的一种祈盼:新一代同行定是青出于蓝而胜于蓝!

1998年元旦

目 录

第一章 导言	1
一、喧哗的地球村	1
二、电视的历史沿革	4
三、电视文化的特性及构架.....	12
附：“枪弹论”产生的背景	17
第二章 电视的符号	19
一、符号的概念与价值.....	19
二、符号的类型及运用.....	23
三、符号的意义.....	38
第三章 架构化的电视传播	47
一、架构化的传播.....	47
二、电视符码的解读.....	54
三、媒介表象与日常传播.....	62
第四章 电视与观众	68
一、电视观众的特质与参与意识.....	68
二、电视观众的视听心理定势.....	71
三、影响观众接受信息的基本因素.....	77
四、在大众性背后.....	83
第五章 印刷媒介与电子媒介	87
一、多种声音，一个世界	87
二、印刷媒介的优势.....	96
三、电子媒介的特质	105
四、报纸的电视化与电视的杂志化	117

第六章 电视时代的戏剧与电影	124
一、电视与戏剧	124
二、电视与电影	134
第七章 电视与儿童	150
一、在电视旁成长	150
二、一半是天使,一半是魔鬼.....	160
三、施拉姆等传播学者的研究与建议	172
四、英美等国儿童电视现状	176
五、我国儿童电视的发展与问题	182
第八章 电视与广告传播	187
一、奇异的风景线	188
二、电视广告的文化学意义	193
三、作为传播模式的电视广告	198
第九章 电视与闲暇	214
一、社会闲暇时间的价值	214
二、社会闲暇时间的拓展	218
三、电视与闲暇的契合对应	224
四、闲暇生活的质量	227
第十章 电视新闻传播	230
一、新兴的新闻孔道	230
二、电视新闻的播报与主持	244
三、电视新闻的批评	251
第十一章 音乐电视(MTV)	262
一、音乐电视的审美构成	262
二、中外音乐电视的结构差异	265
三、音乐电视的消费文化特质	269
本书主要参考文献	274
后记	276
重印补记	277

第一章 导 言

一、喧哗的地球村

“地球村”，一个纯然新鲜的概念，随着现代传播的发展，从本世纪 80 年代在中国大地上广为流行，至今差不多已是妇孺皆知了。

提出这一概念的，是本世纪 60 年代极负盛名的美国天才传播学者马歇尔·麦克卢汉。当我们还不知传播为何物，或者说至少对传播还知之甚少的时候，马歇尔·麦克卢汉连同他的著名传播学著作《理解媒介：人的延伸》，还有他所创造的许多有关传播学的新异命题和概念，诸如“媒介即信息”、“热媒介”与“冷媒介”之类等，早已在西方世界闹腾得热火朝天。有趣的是，尽管人们对他的那些新异命题和概念、实际而丰富的含义还不甚了了，甚至有些莫名其妙，却仍然那么津津乐道，广泛引用。可对他所提出的“地球村”这一概念，人们却实实在在地接受了、认同了。正如有的研究者所说，“他用‘地球村’的概念来解释由大众传播的发展造成的当代世界文化特点，成了不刊之论”。^①

的确，麦克卢汉提出的“地球村”这一概念的含义，同样是丰富而深刻的，并不像一般人所理解的那么简单。不过，仅从表层来看，它用来形容由于现代传播的发展，极大地克服了人类信息交流的

^① 日本相：《电视文化学》，第 12 页，文化艺术出版社 1990 年版。

时空障碍，使世界各个国家和地区的人群之间，不再有遥远的时空距离感，仿佛居住在同一个小小的村落，以至于“鸡犬之声相闻”，实在是太形象不过了。在现实生活中，当代的人们已经不再感叹世界太大太大，而是那么惊奇地发现，世界已在倏忽之间变得很小很小，“天涯若比邻”早已不仅局限于一种心理的感觉和愿望，而是一种由现代传播的发展所带来的实际生活体验。当代的人们也已经不再感觉他们感知世界的能力多么有限，他们仿佛一夜之间陡生了“千里眼”、“顺风耳”，使古人的梦寐变为现实，因此，他们不再仅用心灵去幻想和揣度所谓的天涯海角，因为整个世界都已在他们的视听范围之内。这一切，都是现代传播发展的神奇赋予。一句话，由于现代传播的发展，大大缩短了世界范围内的时空距离，偌大一个地球，在当代人的眼里，不过是一个小小的村落。

人类最大的愿望就是征服时空。人类的这一愿望，说到底是基于人类与生俱来的对外部世界感知的渴求。即使在古代，安于“桃花源”那种“鸡犬之声相闻，老死不相往来”生活方式的人群，也毕竟为数不多。如果不是这样，就根本不会有现代传播的发展。现代传播，从根本上来说，是人类征服时空最辉煌的物质技术成果。

现代传播的发展，使人类上述愿望和渴求得到很大程度的实现和满足。当代人充分享受着他们所创造的现代传播成果。但是，人类的欲望从来就没有真正满足的时候。相反，在现代传播的刺激下，当代人对传播时空障碍的征服与更快更多信息交流的渴望，更加变得前所未有地热烈起来，他们似乎是想在现代传播更快更多的信息交流中，变得更加博识，更加富有，更加聪明。

于是，现代社会传播技术无止境地飞速发展，信息与信息交流急速膨胀。

于是，信息与信息传播成了现代社会最主要的特征。

于是，“信息时代”、“信息爆炸”一类的新名词，被人们一个接一个地创造出来，并用来形容他们所处的时代和社会环境。

于是，本来就热闹非凡的地球，更增添了无比的喧哗：大规模

发展起来的大众传播媒介无时不在、无处不在的视听轰炸,其他各式各样传媒铺天盖地的信息刺激;多得数不清的信息在四通八达的传播通道中前拥后挤,在密密麻麻的信息网络中左奔右窜;信息的制造者、传播者和接受者,无一例外地忙得不亦乐乎。

现代社会信息传播多而且快,毫无疑问,使置身其中的人们获益匪浅,他们的确比前人更加广闻博识,更加富有,也更加聪明。“不出门”而“能知天下事”,已不仅止于“秀才”而为人道奇称羨,普通老百姓其谁不能?仅此一端就足以使他们傲视古人。

然而,我们也应看到,现代信息传播不仅多而快,而且太多太快的“信息爆炸”,往往令当代人目不暇接,甚至眼花缭乱,而深受其苦。

我们知道,大众传播媒介的信息传播是以“点”对“面”的无具体对象的传播。报纸、杂志也好,广播、电视也好,都不是为某个人办的,都不是给某个人看或听的,其接受对象只是一定范围不大确定的人群。与此相联系,接受者的信息接受活动也是由“点”及“面”的。这样一来,传统的“点”对“点”的传播通道被破坏了。其结果便是,大众媒介所传播的某信息,对甲有价值而对乙却可能无价值,对甲有用而对乙却可能无用,因而对甲来说是信息,而对乙却变成了“噪音”。作为接受者,要从大众媒介的传播中接受到有价值有用的信息,必须排除巨大的、无价值的“噪音”的干扰,对信息进行筛选、过滤,进行有意或无意的选择接受。

我们还应看到,现代社会信息传播的信息源多得数不胜数,所传播的信息量多得无可计量,既给接受者接受信息提供了巨大的便利,同时也给接受者对信息进行选择接受,造成巨大的麻烦和困难。人们往往只认识到当代人接受信息的容易,却往往忽略了他们在选择和接受信息过程中,所耗费的时间精力之多,所付出的代价之大。他们活得并不轻松,而恰好相反,太苦太累。这正是一个问题的两个方面。

进而论之,由于多重无可克服的原因,尤其是当代社会巨大经

济利益的诱惑,现代传播中难免混杂进太多的信息垃圾,诸如黄色与暴力等,而造成对接受者有意或无意、公开或隐蔽、明显或潜在的危害。人们在倾听美妙声音的同时,会不断受到这些怪异杂音的干扰,在吸纳健康食物的同时,也自觉不自觉地吞咽这些致癌物。我国著名作家韩少功曾指出,当代人已经“成为一个庞杂信息的垃圾桶,成为一具生命元气过多磨损和耗散的空壳”。如果还嫌不够尖锐,我们可以补充说,当代人在接受现代信息传播中,有时是以健康生命作为惨痛代价的。

当麦克卢汉提出“媒介即信息”这一命题时,也许他只是对各种传媒的共同性质所作的一种判断,只不知这一命题是否包括了上述种种含义。

喧哗的“地球村”,无比热闹的现代大众传播,我们该如何清醒地面对?于是我们想到了电视。因为作为现代大众传播技术最高成就的电视。不仅深刻影响到现代传播活动的形式、意义和功能,并由此而对整个当代文化产生深远的影响,它是喧哗的“地球村”中最喧闹的一角,现代大众传播中最热闹的一道风景线。因此,我们不得不把目光投向电视,并且更多地问:我们该如何清醒地面对电视?如何面对当代电视传播?

二、电视的历史沿革

1. 电视的诞生与发展

众所周知,19世纪是化学、物理等学科迅速发展并不断取得新的重大发现的时期,电视正是在科学技术发展的基础上诞生的。19世纪末和20世纪初电子的发现,不仅使无线电通信成为现实,也为电视技术提供了一定的条件。但是,研究电视科学的直接推动力是硒元素的发现,特别是硒元素“光电作用”的发现。

1817年，瑞典人布尔兹列斯在一次化学试验中生成的碱金属里，偶然发现了一个新元素“硒”(Se)，但硒的另一个重要特性他却并没有发现。

1873年，英国人约瑟夫·梅在无意中证实硒有光电效应，这才有了发明电视的前景和希望。所谓光电效应，就是光线照到含有硒的物体上，就有电子放射现象。这就是说硒这种物质具有“把光变成电能”的性能，而且这种性能还表现在：照射的光线越强，放射的电子就越多；反之，照射的光线越弱，放射的电子就越少。硒的这种特性所反应出来的“光电作用”启发了科学家，从而预示了把光变成电的可能性和把光变成电信号发射出去的可能性，它证明任何物体的影像在理论上都可以用电子信号予以传播。瑞典人布尔兹列斯和英国人约瑟夫·梅为后人研究电视和发明电视提供了新的条件和新的理论根据。

1884年，德国年轻的工程师保罗·尼普寇利用硒光电池，发明了一个机械电视扫盘，从而形成了现代电视的雏形。他提出了著名的圆盘扫描方法，被称为解决扫描问题的经典方法，在电视发展史上具有重要的地位。尽管他没有研制成电视，但却为电视的研制作出了两个具有开创性的贡献：一是如何运用电传送图像的思路（顺序扫描、同步再现）；二是对未来可用器件的设想。为此，他被后人称之为“电视鼻祖”。

在机械电视时代，最值得一提的是英国人贝尔德。1925年10月2日，他利用尼普寇发明的扫描盘制成了第一个电视雏形，成功地完成了播送和接收电视画面的实验，将一个人的脸清楚地显示在屏幕上，15岁的店员威廉是在电视实验阶段第一个上电视的人。次年1月26日，贝尔德在伦敦作了公开表演，轰动英国和美国。

机械电视的典型结构是由扫描圆盘转动镜、棱镜和转动换向器等器件组成的。尽管在当时，机械电视确已达到很高水平，但是它还不能建立一个令人满意的电视系统，它的技术标准较低，即使

1932年的英国实验电视扫描也只有120行，所以电子电视时代的出现是技术发展的趋势。

几乎与机械电视研制的同时，电子电视的研究也有了很大进展。1906年，美国无线电发明家德福雷斯特发明了真空三极管；二三十年代，俄裔物理学家弗拉基米尔·兹沃尔金先后发明了光电子摄像管和光电子显像管，当时他是美国西屋电器公司的工程师，他的成就打开了电视系统由机械电视时代进入电子电视时代的大门，使电视研究进入了一个新纪元。在人们对电视的兴趣持续高涨的情况下，许多国家于本世纪20年代末到30年代初都相继进行了一系列的实验性电视播放。美国是1927年，英国是1929年，前苏联是1931年，法国是1932年，德国是1935年，日本是1939年。但在电视的实验阶段，英国人的进展较快，1936年11月2日，他们利用贝尔德发明的电视机械系统，在伦敦亚历山大宫开办了世界上第一座正规电视台，这在世界电视史上具有里程碑式的意义。4个月后，全新的电子化设备取代了贝尔德的机械电视系统，但贝尔德发明电视的历史贡献是不可磨灭的。世界公认，这一天是人类电视的生日。

所以，电视是20世纪人类最伟大的发明之一，和任何一项伟大发明一样，它凝聚着众多科学家和从业者的心血和智慧。

电视的试验与发展在第二次世界大战期间曾中断数年，无线电技术和人员要全部用于战争。在英国，广播电视全部中断，电视台设备、人员被战时雷达网征用，亚历山大宫电视台也成了战时雷达网的一部分。所以，在战争期间，英、法、德、前苏联的电台、电视都停止播出或研制，美国曾在1940年研制出第一部彩色电视，但也基本上处于停步不前的状态。

对电视的研制工作，直到第二次世界大战后才渐渐恢复。前苏联是最早恢复开办电视广播的，1945年5月7日苏联首次纪念他们的无线电节，经过长期停办的电视广播在这一天第一次播出节目。美国的电视广播在战时没有间断。其他国家恢复开办的时间

为：英国 1946 年，联邦德国 1952 年，日本 1953 年，法国 1955 年。到了 50 年代中期，世界电视开始进入迅猛起飞的阶段，短短 15 年，就取得了惊人的成绩。截至 1970 年 1 月止，全世界能独立制作节目的电视台已有 2585 座。绝大多数国家都拥有了电视，服务观众约 13 亿，占当时世界人口的 1/3。而拥有 1000 万台以上电视机或接近这个数字的是美、日、英、前联邦德国、前苏联等一些发达的西方工业国家。据有关权威机构 1970 年的统计数字表明，在这些国家，平均每 100 人的电视机台数为：美国 43 台，日本 22 台，前苏联 14 台，英国 30 台，前联邦德国 25 台，法国 19 台，意大利 17 台，加拿大 36 台。

电视尽管是本世纪才出现的一种高科技产品，但它的发展速度的确是非常惊人的。如果说 1952 年世界上仅有少数几个国家有电视，到 1955 年就增加到 20 个国家。下表是 1955 年到 1976 年世界电视发展的概况，它清晰地显现出在这段历史时期世界电视传播业突飞猛进的发展。

年 度	电视国家数目	电视台总数	电视机总数
1955 年	20	600	4100 万台
1958 年	50	1330	7100 万台
1963 年	70	2380	13000 万台
1976 年	127	6122	25485 万台

总起来说，30 年代到 50 年代，是黑白电视风行一时的全盛时期，称为电子电视的第一代。随着电视技术日新月异地向更高级水平发展，尤其是彩色显像管等关键器材的陆续问世，50 年代开创了彩色电视的新阶段，称为电子电视的第二代。目前，电子电视技术已经进入了第三代，这就是扫描达到 1125 行、高清晰度、大屏幕、双声道的电视尽显风流。

2. 中国电视事业的创建与勃兴

在本世纪二三十年代,英、美等国积极研制开办电视广播的时候,半殖民地、半封建的中国由于其极低的科技水准和经济工业实力而远远地被排斥在这项20世纪人类最伟大的智力竞赛之外。只是到了1948年,国民党政府才向美国购置了6部50瓦超短波发射机,频率为150兆赫,在南京开始作电视实验。当时的构想是从南京播映新闻节目,由上海播映娱乐节目,发射台设在南京的钟山之麓,另在常熟的虞山、江阴的花山、镇江的宝盖山等地设立中转站。因政局动荡,试验不久即告夭折。直至1957年3月16日,台湾才以一部小型发射机公开试播电视,1962年2月14日,台湾第一座电视台“教育电视实验广播电台”正式开播。

新中国的电视事业起步于50年代中叶。1955年2月,中央广播事业局向国务院提出计划,决定在北京建立一座中等规模的电视台。1957年,我国政府专门组团赴前捷克斯洛伐克、前民主德国、前苏联考察电视传播事业。1958年4月30日,我国自行研制成功第一套三个频道的黑白电视中心设备及黑白摄像机,并于当天试播成功,李晓兰、莫萱表演的小歌剧《姑嫂河边》首次被搬上中国试验性的电视屏幕。1958年5月1日晚7时,中国第一座电视台——北京电视台(即中央电视台前身)宣告诞生,当晚试播的新闻节目有工农业战线代表的座谈会和新闻纪录片《到农村去》。试播4个月后,9月2日转入正式播出,每周播出4次,每次2~3小时。当时除台港澳地区外,中国的电视机仅30多台。

中央广播事业局当年曾制定了“由点到面地在全国各地建立电视台”的方针,在北京电视台成立的两年多时间里,全国先后在上海、黑龙江、天津、广东、吉林、陕西、辽宁、山西、江苏、浙江、安徽、山东、湖北、四川、云南等16个省市建立了23座电视台。后来由于国民经济的严重困难,全国电视台锐减为5座,其余全部停办,仅保留了北京台、天津台、上海台、广州台和沈阳台,直到“文化

大革命”前，才又恢复了哈尔滨、长春、西安和太原的电视教育台，这是中国早期电视网络的雏形。直到1971年，全国共建32座电视台，除北京市和西藏自治区外，各省、自治区、直辖市都有了电视台，这些电视台构成了中国电视网的主干。

中国彩电的研制孕育在50年代末，因为政治和经济的影响，直到1973年5月1日，我们的彩色电视才开始试验播出。同年10月1日，北京、天津、上海三大直辖市进行彩色电视节目微波试播成功，至此开始了中国电视由黑白向彩色的过渡，我国彩色电视广播开始形成，PLA为暂行制式。

不过中国电视的真正勃兴还是在进入80年代以后。党的十一届三中全会制定的方针政策具有划时代的意义，随着国民经济实力的日益增强，随着人民群众物质生活和文化生活水平的日益提高，1983年的全国广播电视工作第十一次会议提出了中央、省、市（地）、县四级办电视、四级混合覆盖、卫星覆盖全国的思想，这就极大地调动了各级地方政府办电视的热情，增加了事业投资，铺设了电视专用微波线路，兴建了大批小功率的电视转播台。中国电视事业在经历了近20年的艰难曲折之后，这时进入了一个迅猛发展的时期。

我国电视事业的发展速度是相当惊人的。据新华社公布的消息：我国已成为目前世界上最大的黑白电视生产国，彩色电视机的产量也跃居世界第3位，城镇居民家庭的电视机拥有量超过85%。截至1990年，全国已建电视台526座，电视发射台和转播台19876座，每周播出时间18622小时，微波专用线路40955公里，卫星地面收转站8233座。电视人口覆盖率达76%，电视机社会拥有量约1.4亿台，广播电视系统从业人员达331686人。

上述统计数字表明，我国已经建成了从中央到地方，从对内到对外的多系列、多层次、多语种、多形态的电视传播网络。我国已成为世界上拥有观众最多、电视市场最大的国家之一。我国电视传播的影响力正在与日俱增。

3. 电视的文化传播学意义

电视无疑是人类科学技术发明的产物,没有现代社会的科学、技术等智能文化的发展和现代的工业能力,电视的出现是不可能的。但是电视的发明又不单是技术发展的结果,它还有着更深层的社会学动因。就传播媒介系统来看,电视是人类传播历史发展到一定阶段的产物。

美国著名的传播学者梅尔文·德弗勒等在《大众传播学诸论》中曾提出过一种“过渡理论”,按照人类传播方式发展过程的各独特阶段,来解释人类生存的经历,并为理解人类在本世纪所进入的大众传播阶段的意义和后果提供重要背景。

依照“过渡理论”,他们把人类传播的历史划分为“信号”、“语言”、“文字”、“印刷”和“大众媒介”几个传播时代。概而论之,人类传播的方式和手段,大体上是循着诉诸听觉和诉诸视觉以及这二者相结合的原则和路线不断发展丰富起来的。

从早期人类最原始的信号传播,如啾啾、尖叫、手势、面部表情、身体动作和姿态等,到由于语言的产生而进入口头语言传播,直到由于文字的发现而发展到文字传播,是一段极为漫长的历史。在这一漫长的历史过程中,人类为克服传播时空的障碍,共同作出过极大的努力。人类在进化,他们的传播能力也在进化,变得越来越精巧。但在今天看来,上述这些传播方式和手段的局限,却是显而易见的。

只是因为有了印刷术的出现,才使得人类的文化传播和文化保存进入了新阶段。由于机器印刷可以大量地复制信息,这就极大地扩展了个人分享信息的可能和能力。所以,在西方传播学者眼里,印刷媒介的出现,标志着大众传播媒介时代的到来和开端,是人类文化传播史上的第二次革命,它突破了口头传说的“听”,而把“视”引入了交流之中。

人类从不会满足于自身的发展,它的每一个新发明,都是人类

为实现自身的自由向前跨进的一大步。同时，人类又逐渐地发现它的不合理性，发现它的种种缺陷，于是又努力寻求摆脱它的束缚，探求更加合理的新的途径。为了更进一步突破传播的时空限制，人类在上个世纪末就发明了电报、电话。电报的发明，第一次把无线电讯号传送到更遥远的地域，而电话的诞生，则实现了语言符号的远距离传送。在这些近代科学技术的基础上，广播、电影、电视这些电子媒介便自然而然应运而生了。电子传媒的出现，不但使人与人之间、群体之间的时空距离缩短，而且把视听提高到了一个崭新的境界。尤其是电视，既有报纸等印刷品的可视性，又有广播的可听性，视听兼容，诉诸听觉和诉诸视觉的传达方式更为真实。

所以，电视的出现和普及是人类文化传播史上的第三次革命，它突破了传播的时空限制，从技术上延伸人类的传播功能，从文化上全面影响着人类的社会生活。

当今人类社会已进入了信息时代，50年代兴起的世界新技术革命是其动力和杠杆。信息的生产 and 交换已经成为这个时代的技术化特征，信息同物质能源一起，成为现代文明社会的支柱。

现代人生活在信息时代，就不能不受到信息流的冲击、洗刷。文化传播方式与人类文明发展，有着极其密切的关系，新的通讯方式的兴起，必然会引起社会和文化的大变革。高新技术由幻想变为现实后，以电视为代表的大众传播媒介，凭借高技术化的强大杠杆，日益成为现代文化传播方式和人们交往方式的主导手段，而且人们的情感态度、行为方式和价值观念也会随之发生各种变化。以新技术革命为支撑的信息化意味着社会的组织化、技术化和交流的媒介化。在今天的信息化大潮中，电视可以说是独树一帜，独领风骚。今天的人类，几乎完全生活在电波之中，几乎完全脱不开各种传播和媒介的影响。公元前5世纪在希腊兴起的口头传播学，到了20世纪却充分运用一项新的通道，藉着通过地平线、外太空以及穿过海底的电缆，将声波和视波发挥到无远弗届的境界，开创了崭新的传播局面。

三、电视文化的特性及构架

1、电视文化的含义及特性

电视作为一具体的传播形态,既是社会文化的一个重要组成部分,又对社会文化产生巨大而广泛的影响。对电视传播的文化观照,导致一门新学科的产生,这就是电视文化学。电视文化学把电视传播作为一种特定的社会文化形态,对其作整体的文化审视和深入的文化解析,极大地拓展了电视传播研究的视域范围,是电视传播研究的重大理论深入和巨大历史进步。那么,我们首先要问,电视文化的具体含义究竟是什么?

文化学意义上的文化一词由拉丁文意译而来。中外学者关于文化的定义,迄今为止至少也有一百多种。其中最为普遍而流行的有两种:一是“总和”说,即所谓文化,是指人类所创造精神文明与物质文明的总和,或者说是人与自然、人与世界全部复杂关系种种表现形式的总和,甚至更为广泛地说,文化即人化,这是一种广义的说法;一是“观念形态”说,即所谓文化,特指社会的意识形态或观念形态,如思想、道德、宗教、文学、艺术、科学技术等,同时也指与上述相适应的制度与组织,这是一种较为狭义的解释。

我们当然可以有限制地使用狭义上的文化概念,但是用它来解析和阐释具体文化现象和文化形态时,往往会感到捉襟见肘。我们更主张从更广泛的意义上理解文化的含义,就电视文化来说,可以把它视为人类物质文明和精神文明发展到特定历史阶段的产物,是这两种社会文明的具体物化形态。电视传播作为一种特定的社会文化形态,不仅包括它所制造的特定文化产品和它所传播的各类文化信息等传播内容的层面,也包括它的物质技术层面及其组织结构系统,还包括它的具体传播形态,及其与整个社会的文化