



电视场对学术场的 介越研究

A Research on Arrogation of Television Field to
Academic Field

陈红梅 著



上海交通大学出版社
SHANGHAI JIAO TONG UNIVERSITY PRESS



电视场对学术场的 介越研究

A Research on Arrogation of Television Field to
Academic Field

陈红梅 著



上海交通大学出版社
SHANGHAI JIAO TONG UNIVERSITY PRESS

内容提要

本书从场域理论出发,对专家学者走上电视这一社会现象进行分析。对电视场介入(越入、越界)学术场的方式、动机、路径,以及对专家学者带来的利弊影响作了具体研究,进而对作为知识分子的学者身份如何突围进行了探讨。可作为新闻传播学及文化传播领域研究人员的参考用书。

图书在版编目(CIP)数据

电视场对学术场的介越研究 / 陈红梅著. —上海:
上海交通大学出版社, 2018
ISBN 978-7-313-19613-2

I. ①电… II. ①陈… III. ①学术—传播媒介—研究
—中国 IV. ①G219.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 146945 号

电视场对学术场的介越研究

著 者: 陈红梅

出版发行: 上海交通大学出版社

邮政编码: 200030

出 版 人: 谈 毅

印 制: 上海景条印刷有限公司

开 本: 710 mm×1000 mm 1/16

字 数: 390 千字

版 次: 2018 年 8 月第 1 版

书 号: ISBN 978-7-313-19613-2/G

定 价: 88.00 元

地 址: 上海市番禺路 951 号

电 话: 021-64471208

经
印



印 次: 2018 年 8 月第 1 次印刷

版权所有 侵权必究

告读者: 如发现本书有印装质量问题请与印刷厂质量科联系

联系电话: 021-59815625

前言 | Foreword

20 世纪末的最后几年,知识分子介入电视这一现象开始引起人们的关注,21 世纪初随着《百家讲坛》栏目造星运动的成功,关于知识分子与电视关系的探讨在学术界也便如火如荼地展开,由此,“电视知识分子”作为知识分子群体中的一个新类型正式进入大众及学者的视野,支持者及反对者各自有之。

本书以皮埃尔·布尔迪厄的场域理论为研究视角,以华中科技大学、江苏师范大学两所高校、湖北电视台所有频道,以及《百家讲坛》栏目为研究基点,在布尔迪厄“电视场”的基础上,提出了“学术场”的概念,认为这两者是完全不同的场域,本有着各自不同的场域特征、行为习惯及资本形式。然而在大众文化时代,电视场却在不断向学术场靠近和介越,这种碰撞使学术场发生了一些变化,一些原本安于学术研究的知识分子开始走上电视。这些知识分子之所以与电视“合谋”,目的在于用学术资本换取社会资本和经济资本,这些是其在学术场域内难以获得的。电视场对学术场的介越(越入、越界),使一部分知识分子的传统人格发生部分改变,促使其社会角色的分流,并改变了知识分子获取象征资本的渠道。电视场介越学术场的路径主要包括:对场内不自主知识分子的寻找、对学术资本的借用、对“符号暴力”的巧妙使用及对电视学者的明星化打造等。电视场的介越行为主要体现在对学术场的总体影响和对学者的个人影响两个方面,就对学术场而言,它部分改变学术场内原有的评价标准、内部秩序和惯习学术语态;就对学者个人而言,它使部分学者转变原来的理论思维模式而成为“快思手”,使他们按“固定的思维”迎合受众,从而影响了学者最宝贵的自主性。这种介越行为的本质是:学术文化与时尚传媒的联姻、电视的商业逻辑与学术的文化逻辑的博弈,以及精英文化向大众文

化的妥协。它使知识分子群体在现实生活中遇到一定困惑,即明星学者身份定位的尴尬、冷坐书斋与走上媒体的困惑,以及知识分子电视化生存所形成的相关悖论等。

经过以上的分析,本书认为,在大众文化时代,部分知识分子走上电视是时代所趋,这也符合布尔迪厄本人对知识分子与电视关系的思考。知识分子可以以文化普及型角色、专业服务型角色和理性批判型角色实现其电视化生存,以便在新时代更好地发挥其社会作用。

目录 | Contents

第一章 绪论	1
第一节 研究动因及意义	1
第二节 研究现状及评价	7
第三节 理论视角及概念界定	29
第四节 研究方法与创新、难点	40
第二章 场域理论：媒介研究新范式	44
第一节 场域理论关键词	45
第二节 不同场域的位置关系及其特征	52
第三节 电视场与学术场的区隔	58
第四节 大众传媒时代电视场向学术场的动态移动	60
第三章 电视场介越学术场的场景描绘	64
第一节 以湖北电视台的多频道栏目为例	64
第二节 以省、部两所高校人文社会科学教师参与大众文化 生产的情况为例	68
第三节 《百家讲坛》的“学术造星”运动	73
第四章 大众传媒时代电视场域介越学术场域的动力机制及表现	102
第一节 电视场介越学术场的动力机制	102
第二节 电视场介越学术场的表现	112
第五章 大众传媒时代电视场介越学术场的路径	134
第一节 对场内不自主知识分子的寻找：“特洛伊木马式”合谋	134

第二节	对学术资本的借用：使电视披上学术外衣	139
第三节	对“符号资本”的巧妙使用：使学界的思想交流几乎不能实现	142
第四节	对电视学者的明星化打造：学术明星的推出	146
第六章	电视场域介越学术场域的影响分析及实质探析	158
第一节	电视场介越学术场的影响分析	158
第二节	大众传媒时代电视场域介越学术场域的实质探析	169
第七章	电视场域对学术场域的介越给知识分子提出的现实难题	189
第一节	电视场域中学术明星身份定位的尴尬	189
第二节	大众传媒时代知识分子冷坐书斋与走上媒体的困惑	194
第三节	知识分子电视化生存形成的悖论	199
第八章	介越场景中知识分子的突围考量	208
第一节	布尔迪厄的思考	208
第二节	形象：介入电视的知识分子的负面呈现	213
第三节	部分知识分子走上电视是时代所趋	250
第四节	路径：专业性与公共性兼顾	255
第五节	角色：知识分子介入电视的角色考量	275
第六节	展望：新的媒介时代与新的舆论环境	301
附录 1	调查问卷	305
附录 2	主要访谈对象名单及部分访谈内容	307
参考文献		333
索引		348
后记		352

第一章 绪 论

第一节 研究动因及意义

一、研究动因

(一)“电视学术明星”现象的潮起潮落

回顾改革开放三十多年来发生的文化事件,无论从哪个角度审视,《百家讲坛》都算得上是一个热门话题。它创立于2001年,在2006年火爆一时,不但培养了一批如易中天、于丹、王立群那样的“学术明星”,也开创了学术大众化的先河,由此衍生出的既有“女孔子”的赞誉,又有被“掌掴”的耻辱。然而,巅峰之后的《百家讲坛》被挤出央视收视率的前10名,甚至到2008年末悲壮地进入“休克”状态。^①

“文化讲坛”类电视节目的雏形其实要追溯到1999年7月11日湖南经济电视台推出的别具特色的余秋雨的电视演讲《走向21世纪的中国文化》,从而开启了“文化讲坛”类电视节目的先河。继而,湖南卫视于1999年10月开播《新青年》(后更名为《千年论坛》)。随后,一大批“文化讲坛”类电视节目应运而生,如北京电视台科教频道的《名师讲坛》、北京卫视的《中华文明大讲堂》、中央电视台社会与法频道的《法律讲堂》、河北卫视的《文化大讲堂》、东方电视台的《东方大讲堂》,上海教育电视台的《世纪讲坛》、江苏城市频道的《万家灯火》、南京新闻综合频道的《金陵往事》、长沙政法频道的《世说新语》,等等。其中,尤以凤凰卫视的《世纪大讲堂》和中央电视台科教频道的《百家讲坛》影响最大,而《百家讲坛》更是以其高收视率引来轰动效应。

《百家讲坛》对央视来说无疑是一个神话,从2001年到2006年,短短五年,它就从一个行将被淘汰的弱势节目,摇身一变成为CCTV-10排名第一

^① 王龙:《从〈百家讲坛〉看文化创新》,《中华儿女(青联版)》,2009年第10期。

的黄金节目,其收视率最高时竟达到了0.57%^①,这意味着当时有570万观众在收看这个原本“曲高和寡”的科教栏目。同时,《百家讲坛》还迅速制造了如阎崇年、易中天、于丹等一批红得发紫的“学术明星”,并自豪地宣称“栏目三年出了三个百万富翁”^②,一夜成名的神奇,一时成为当今中国传媒界万众瞩目的媒介奇观。而且,热播的轰动效应在中国文化界也掀起了一场轰轰烈烈的讨论。学界的“批易”“批于”与“捧易”“捧于”的两军对垒,特别是“易迷”与“葛粉”的口诛笔伐,重庆10博士与北京10博士关于于丹的集团鏖战都使得《百家讲坛》这样一个简单的媒介现象,激变成为一场媒介主导的文化集体狂欢。

然而,形成戏剧效应的是,也就是在2008年底,《百家讲坛》收视率却一路下滑,被挤出央视科教频道的前10名,“现在科教频道的24档节目中,《百家讲坛》在9、10月份的收视排名已经跌到了10名开外,最低的时候已经是第18位,已经处于中下游水平。”^③有人甚至认为这档曾经风光火爆的栏目已经进入“死亡倒计时”,同时,其娱乐化庸俗化的倾向也一再被学界和观众所诟病。

如今,《百家讲坛》曾经的辉煌已经不再,学术明星的号召力也大不如前,栏目经历了一个从沉寂到喧嚣、再到沉寂的回归。然而,纵览栏目曾经的荣耀,遥想学术明星们昔日的风采,却不由使我们陷入思考:是什么原因,仿佛是在一夜间,中华大地竟出现如此炫目的学术明星?这究竟是个学术现象、文化现象,还是媒介现象?这些红极一时的学者们,是否真像很多人所说的,不过是依托电视媒体而出现的披着学术外衣的娱乐明星,而娱乐明星注定是要转瞬即逝的?他们的潮起潮落又给我们什么样的启发?这一前所未有的文化现象应该引起人们持久而深刻的关注和研究。

(二) 关于知识分子与电视关系的争论

在人们以往的印象中,“学术”是严谨深刻的,一般人很难登堂入室,非学者专家不能与之相联系,而“明星”又显得极为大众化、娱乐化,常常是人们茶余饭后的谈资。把原本两个风马牛不相及的概念结合在一起,这一雅一俗的“联姻”,使得“学术明星”这种全新的概念至少应包含两层含义,即

① 李晓灵:《〈百家讲坛〉的文化解读》,《东南传播》,2007年第12期。

② 赵允芳:《做电视科教节目的王牌——访中央电视台〈百家讲坛〉制片人万卫》,《传媒观察》,2006年第11期。

③ 林寅:《〈百家讲坛〉进入倒计时》,《新闻天地》,2009年第1期。

在学界是明星,在明星界是学者。

2006年“十一”长假期间,央视《百家讲坛》七天的《〈论语〉解读》再创收视率新高,北京师范大学教授于丹红遍大江南北,被称为“学术超女”。在电视学者被狂热追捧的同时,他们也受到学界和传媒拍来的“板砖”。有人认为他们是电视忽悠出来的“怪胎”、是学界的悲哀。无论如何,有一点应该值得我们好好反思——在人文知识分子日益边缘化的今天,究竟是什么成就了于丹、易中天这些“文化明星”?在这一典型现象中,是否隐藏着人文知识分子的出路问题?

赞同者认为,“易中天们”的走红使学者在从深居书斋到社会公众人物转变的过程中完成了传授方式的革命,《百家讲坛》作为一种新的阅读方式和传播方式,是精英文化和大众文化结合的胜利。反对的声音则主要来自学界,比如红学家批评刘心武、葛红兵炮轰易中天、“10博士反于丹”,等等。部分学者不堪忍受“易中天们”言论中的一些“硬伤”,并认为“学术明星”将历史娱乐化、庸俗化,使严谨的学术被戏说、被商业化。复旦大学教授汪涌豪认为,因朝商业化运作靠拢,向娱乐化诉求低头,一些演讲人既罔顾史实,哗众取宠,又耸人听闻,随意翻案,已经引起大众的疑虑和反感。他的话鲜明地体现了学界的反对与质疑。

正如学者李彬所言:“传播是一项技巧性很高的活动,不同的传播方式往往带来不同的传播效果。”^①这些曾经“躲在小楼成一统”的“书生”为什么突然会这样“红”呢?“‘学术明星’的出现是学术与现代传媒成功对接的结果,是市场化运作的产物。”中国人民大学哲学院余开亮博士在接受记者采访时认为,“一方面,随着物质文化的增长,教育的普及,大众对精神文化有了更高的需求。另一方面,学术界也一直在做普及性的推广工作。两方面通过电视传媒的运作,产生了强烈的社会效应。在这种结合过程中,学者通过自身的学术积淀、语言风格和独特的人格魅力等赢得了大众的喜爱,拥有了众多的拥趸,获得了‘明星’的待遇。”^②

陈丹青说:“中国学者早该利用媒体传播各种知识和思想,这样的节目不是太多,而是太少了。美国很多一流学者教授都在电视上长篇大论。中国的同行们在这方面起步比西方晚了近50年,总算现在有人去做了,做得多了,观众看得也多了,优胜劣汰,好节目好角色就会脱颖

① 李彬:《大众传播学》,北京,中央广播电视大学出版社,2000年,第243页。

② 曹建文:《“学术明星”,化学术之“祸”为学术之“幸”》,《光明日报》,2006年9月13日,第5版。

而出!”^①

然而,与“学术明星”不同的是,还有许多学者“板凳甘坐十年冷”,他们为人处世始终保持低调。钱钟书先生曾将学者与其学术成果喻为“母鸡”与“鸡蛋”,人们只要知道鸡蛋就可,没必要探究下蛋母鸡的模样。为此,无论政界要员、媒体怎样盛情相邀,他总是极力回绝。但是,大众媒体的出现,使知识分子产生了分流。

这是一个传媒对接学术的时代,也是学者易成明星的时代。新的传媒时代向我们提出新的时代课题:知识分子到底可不可以上电视呢?他们是应该坚守他们传统的学术操守,冷坐书斋,还是应该勇敢地走上电视,成为“文化传教士”?在物欲彰显的时代里,知识分子纷纷“触电”的表象背后又隐藏了什么?这些问题值得我们深思。

(三) 电视传媒时代知识分子社会责任与理性重建的思考

《百家讲坛》在开播之初,坚持走“学术电视”之路,请来的都是各个领域的顶尖学者,如杨振宁、叶嘉莹等,然而一直低迷的收视率却又恰逢央视“末位淘汰制”的实行,于是,《百家讲坛》开始从“学术电视”向“娱乐电视”转型,其收视率也一路飙升,并接连造星成功。其制胜法宝和制作理念是:传统文化通俗化、历史人物故事化、故事情节传奇化。也就是说,在《百家讲坛》的讲述中,观点是不能够从容展示的,细节才是讲述的重点。当观点不得不藏于背后或被细节之海淹没以后,思想就变得支离破碎,或者成为细节的牺牲品。《百家讲坛》的这一运作机制,势必会阉割学者们的思想。

关于学者上电视后自主性的丧失,西方学者早已做过相关论述。布尔迪厄(Pierre Bourdieu)指出:“上电视的代价,就是要经受一种绝妙的审查,一种自主性的丧失,其原因是多种多样的,其中之一就是主题是强加的,交流的环境是强加的,特别是时间也是限制的,种种限制的条件致使真正意义上的表达几乎不可能有。”^②

在支持派中,陈丹青力陈占领媒体的重要性,并以西方知识分子、艺术家和学者为例加以说明,以此证明中国学者上电视的必要性与合理性。从宽泛的意义上看,此说法显然有一定道理,但是却又很难经得起严格的学理追问,因为它抹平了中西两种历史文化语境之间的差异,也模糊了两类学者

① 陈丹青:《学界声音》,《政协天地》,2006年第9期。

② [法]皮埃尔·布尔迪厄:《关于电视》,许钧译,沈阳,辽宁教育出版社,2000年,第11页。

的区分。由于陈丹青提到了萨特(Jean-Paul Sartre),而萨特与媒体之间的交往又具有典型性,它根植于西方的传媒体制中,与中国媒体运行现状有极大的差别,萨特所倡导并身体力行的战斗式知识分子,在中国并不具备孕育的土壤。

当然,应该承认,学术明星对于培养和激发广大民众对于学问的兴趣和对于学习的热情是功不可没的。学术的价值固然远远不仅仅在于影响大众,但学术如果不能影响大众,只是在象牙塔里供极少数的人把玩,它的存在价值自然要大打折扣。一个学术明星比一个单纯的娱乐明星对于学习化社会的贡献无疑要大得多。

但我们必须警惕电视媒体对知识分子的“审查”和“收编”,这种暴力是一种通过施行者和承受者的合谋和默契而施加的。通常双方都意识不到自己是在施行或在承受,因而成为一种隐形的“象征暴力”。电视使得本该提供和展现的事物发生了性质上的变化,与事物本身和现实毫不相关。究其根源这很大程度上在于电视媒介的制度本身,各种各样的审查导致了自主性的丧失,最终引向了整个系统的结构腐败,也使得电视本身的性质发生变化:在当代社会中电视并不是一种思想的工具,而是带有压制思想的工具性质。^①

所以,知识分子的电视,其批判性往往遭到消解,自主性遭到沦丧。然而,知识分子的最主要特征就是具有强烈的社会责任意识,用批判审视的目光对待社会的发展。电视知识分子的出现可以说是知识分子在现代社会发展的一个必然趋势,应该秉承知识分子的鲜明特征。由于电视知识分子已经不再单纯地隶属于文化场,而是游走于文化场和媒介场之间,所以电视知识分子就不能完全遵循文化场的惯习,还要兼顾媒介场的惯习。那么,在媒介场与文化场之间,知识分子该如何行走?这两个场域是一种什么关系,各自的特征是什么?在中国目前的传媒生态中,我们应提供一种怎样的传播体制,才能为知识分子提供适当的话语空间,使其能够传播思想、引领大众,对社会发展中存在或潜在的问题进行一针见血的批判,充分发挥媒体与知识分子的合力优势,使社会更加健康、理性的发展?我们必须立足本土,立足于中国目前的传媒体制实际,从新闻传播学的视角对此作出了理性分析与价值判断。

① 许婕:《百家讲坛于丹〈论语〉心得现象解读和文化研究》,广州,暨南大学,2008年,第87页。

二、研究意义

(一) 理论意义

(1) 本书应用场域理论,在布尔迪厄提出的“电视场”的基础上,提出了“学术场”的概念,并描绘出电视场对学术场的靠近、碰撞、介越后对学术场带来的影响,分析了这一介越行为的实质及路径,有助于认识目前中国电视场与学术场的现状及潜在关系。

(2) 本书是“学术明星”现象喧嚣后的理性分析。跟风研究不是严谨的治学态度,其结果只能是表面的、浮躁的,而目前我国的“学术明星”现象最鼎盛时期已经过去,这时回过头来重新审视这一文化现象,有助于我们理性认识它的实质及存在问题。

(3) 本书以“学术明星”为桥梁,探讨了当代电视场域中我国知识分子和电视的关系,切实分析知识分子介入电视场对知识分子个人及整个学术场域所造成的影响,并从社会学和文化学角度深入剖析这一现象背后的原因。

(4) 本书指出了当代知识分子介入电视的理想模式及应注意的问题,为学界探讨传媒时代真正发挥知识分子的社会作用提出理论参考。

(二) 实践意义

(1) 本书通过对电视场与学术场两个场域不同特性的对比分析,清晰地揭示出两个场域各自的运行特点,为欲参与电视场域中的知识分子及欲邀请知识分子的媒体工作人员提供建议,以减少彼此摩擦、增加适度合作的可能性。

(2) 本书结合我国的“学术明星”现象,具体阐释了布尔厄迪“输者赢”及两个亚场的观点,从而明确指出在学界及大众所持续争论的问题所在,有利于双方看清情况及实质,从而增强交流对话的效率。

(3) 本书将由于媒体及社会、文化原因造成的知识分子内部分流清晰地展示出来,指出知识分子的多样性乃是时代所趋,有利于大众及学界对电视知识分子行为的理解与宽容。

(4) 本书指出了知识分子参与电视节目的三种不同形态,这种划分不再囿于一般的按节目形态划分的局限,而是按照知识分子自身特性及对电视的介入程度重新审视知识分子介入电视的可行路径,有利于真正发挥知识分子影响社会、启迪民众、传播真理的作用。

第二节 研究现状及评价

一、研究现状

(一) 关于场域理论的研究

1. 关于场域理论的总体研究

国内对于布尔迪厄理论的介绍起始于 20 世纪 90 年代中期。布尔迪厄的场域理论主要有三个关键词：场域、资本、惯习。所以，学者对布尔迪厄场域理论的论述主要是围绕这三个关键词展开的。

笔者分别以“场域”“布尔迪厄”为题名，在中国知网上查到相关博士论文共 23 篇，其中牵涉对布尔迪厄场域理论或其关键词进行阐释的只有两篇：《布尔迪厄的社会实践理论》^①《社会世界的底蕴：从二元论到二重性》^②。这两篇论文只是把布尔迪厄的场域理论作为整个内容的一个部分，对“资本”“惯习”有较详细介绍，但对场域本身的整体性阐释不多。在硕士论文的查找中，以“场域”为题名，查到 30 篇，以“布尔迪厄”为题名，查到 27 篇，其中真正对场域理论本体进行理论阐释的几乎没有，多是对其子场域如文学场、教育场、艺术场等的分类研究。

对布尔迪厄场域理论及其关键词进行论述的单篇文章却有不少，以“场域”为题名，从 1980 年至今，查到相关文章 360 篇，以“布尔迪厄”为题名，查到 300 篇左右，其中关于其场域理论的将近一半，主要也是将场域理论与某个具体场域结合，或者对其中的具体概念进行阐释。值得一提的是其中有些学者已经有意识地将场域理论应用到媒介场或电视场的研究当中，对一些媒介现象或电视现象的解释颇有说服力。

2. 关于媒介场域或电视场域的分类研究

将场域理论应用到媒介或电视的研究当中，是近年来新闻传播研究领域的一个新亮点，笔者共查阅到相关论文 30 篇左右，较有学术价值的是：《拆解新闻场的七宝楼台：布尔迪厄的媒体批评》^③《媒介场域：从概念到理

① 宫留记：《布尔迪厄的社会实践理论》，南京，南京师范大学，2007 年。

② 刘拥华：《社会世界的底蕴：从二元论到二重性》，长春，吉林大学，2007 年。

③ 张意：《拆解新闻场的七宝楼台：布尔迪厄的媒体批评》，《文艺研究》，2008 年第 4 期。

论的建构》^①《文化工业/公共领域/收视率——从阿多诺到布尔迪厄的媒体批判理论》^②《新闻场解密——读布尔迪厄〈关于电视〉》^③《布尔迪厄的媒介哲学理论及借鉴价值》^④《当代媒介场研究导论》^⑤《比较场域中的场域理论：媒介研究的新范式》^⑥等，尤值一提的是后两篇文章。

在《比较语境中的场域理论：媒介研究的新范式》一文中，本森分析了若干场域个案，检视了比较语境中的“媒介场域”，并深刻剖析了法国新闻界的历史发展和现状。作者认为，“场域理论”已经成为当前媒介批判研究的新范式。文中通过媒介场对三个场域（科学场、司法场、医学场）的影响，说明了媒介对社会的影响。同时，作者在强调场域理论贡献的同时，也明确指出这个范式尚需进一步的发展和完善。

在《当代媒介场研究导论》一文中，刘海龙认为：“媒介场”范式是一个值得注意的新视角。在回顾了场域理论的发展历史后，重点对布尔迪厄的媒介场范式进行了介绍和批判。该文最有价值的地方在于作者提出了在研究中国媒介场时应展开的角度：一是在媒介场生成史的考察中，确定媒介场与其他场之间的关系；二是针对中国的特殊情况，对媒介场内各种媒介及工作者的占位与关系进行研究；三要研究媒介场内行动者的惯习与策略。这对研究中国媒介场与其他场的关系及内部不同“行动者”的关系大有裨益。

3. 关于媒介场域与知识分子的结合研究

这里所说的“知识分子”当然包括本书的关键概念“学术明星”。这方面的研究成果很少，笔者能检索到的也只有几篇文章。《遭遇特洛伊木马〈百家讲坛〉与电视知识分子》^⑦一文作者认为，一些知识分子遵循了“伊达诺瓦法则”，与电视媒体“互搭梯子”，把他律的生产者引入了独立自主的领域，借助外部力量，得到无法从同行那得到的认可，这样的后果，是使知识分子成了“电视木偶”和“学术口红”。而“学术明星”之所以得到不同的评判，正是由于批判者使用的是两个独立的、有各自游戏规则的场的评判标准。

① 丁莉：《媒介场域：从概念到理论的建构》，《社科纵横》，2009年第8期。

② 周宪：《文化工业/公共领域/收视率——从阿多诺到布尔迪厄的媒体批判理论》，《新闻与传播研究》，1998年第4期。

③ 孙玮：《新闻场解密——读布尔迪厄〈关于电视〉》，《新闻记者》，2006年第5期。

④ 李兴亮：《布尔迪厄的媒介哲学理论及借鉴价值》，《求索》，2011年第1期。

⑤ 刘海龙：《当代媒介场研究导论》，《国际新闻界》，2005年第2期。

⑥ [法]罗德尼·本森：《比较语境中的场域理论：媒介研究的新范式》，《新闻与传播研究》，2003年第1期。

⑦ 罗四翎：《遭遇特洛伊木马〈百家讲坛〉与电视知识分子》，《上海文化》，2010年第3期。

但作者还是认为,虽然这种场景的介越是不容乐观的,但我们还是要把智性的悲观与行动的乐观结合起来。

在《中国“电视知识分子”与电视场域》^①一文中,作者分析了电视知识分子在知识分子场域中的位置及其特征,指出是电视场内部的竞争及工作需要导致了对知识分子的需求,认为电视知识分子具有为电视“添魅”的功能。

相关的硕士论文主要有《场域理论视角下的中国电视知识分子》^②,该文以场域理论为背景理论对电视知识分子进行详细的分析。从电视知识分子的定义入手,通过梳理中国电视知识分子在当代的生存环境变化以及角色分化,着重分析了中国电视知识分子在大众媒介中的角色界定,指出中国电视知识分子存在的四种形态“电视媒介的外脑”“权威评论人”“大众讲师”“专家型主持人”,分析了中国电视知识分子出现的意义,即他们启蒙大众、传播文化,充当了意见领袖,提升了大众媒介的社会地位。同时该文针对中国电视知识分子目前存在的问题提出了一些合理化建议以期能促使中国电视知识分子走上良性发展的道路。

(二) 关于“电视学术明星”的研究

笔者曾以“学术明星”为关键词,以2001年《百家讲坛》的创办为时间起点,在中国知网的学术期刊网上共搜索到相关文章28篇,其中学术类文章13篇,分别是颜敏的《学术明星的崛起与人文知识分子的现实定位》^③、李光斗的《如何看待学术明星》^④、郝曼宁的《〈百家讲坛〉的栏目特色与“学术明星”养成》^⑤、闫翠静的《浅析大众文化背景下的“学术明星”现象》^⑥、《从学术明星现象看大众文化的回归》^⑦、柯婧的《学术明星与文化快餐风潮下的符号暴力》^⑧、薛宝林的《基于〈百家讲坛〉的“学术明星”现象探析》^⑨、

① 张玉川:《中国“电视知识分子”与电视场域》,《符号与传媒》,2010年第1期。

② 张翼飞:《场域理论视角下的中国电视知识分子》,长春,吉林大学,2009年。

③ 颜敏:《学术明星的崛起与人文知识分子的现实定位》,《惠州学院学报》,2010年第10期。

④ 李光斗:《如何看待学术明星》,《经济》,2009年第11期。

⑤ 郝曼宁:《〈百家讲坛〉的栏目特色与“学术明星”养成》,《电影文学》,2009年第5期。

⑥ 闫翠静:《浅析大众文化背景下的“学术明星”现象》,《河北师范大学学报(哲学社会科学版)》,2009年第1期。

⑦ 闫翠静:《从学术明星现象看大众文化的回归》,《阿坝师范高等专科学校学报》,2008年第4期。

⑧ 柯婧:《学术明星与文化快餐风潮下的符号暴力》,《才智》,2008年第20期。

⑨ 薛宝林、张旭:《基于〈百家讲坛〉的“学术明星”现象探析》,《理论观察》,2007年第5期。

章芝羚的《学术明星：文化传播与大众传媒对接的产物》^①、朱丹的《解构“学术明星”现象——兼论〈百家讲坛〉的生存策略》^②、李倩倩的《对学术性节目与“学术明星”的思考》^③、余靖静的《“学术明星”如何传播经典》^④、惠东坡的《“学术电视”需要“学术明星”——以央视“百家讲坛”为例》^⑤、许闹的《透视知识分子的“学术明星化”》^⑥。

笔者又以“学术明星”为关键词在知网上搜索近 10 年的硕士博士论文，结果未发现一篇相关论文。

为了保证文献检索的精确性和全面性，本书又分别以“易中天”“于丹”作为关键词进行检索。其中以“易中天”为关键词，查到文章三百多篇，其中相关的学术论文只有 30 篇左右，相关硕士论文共五篇，分别是黄佳利的《“易中天现象”研究》^⑦、王珊珊的《论易中天〈品三国〉通俗化与幽默化的语言特征》^⑧、谷佳旋的《〈百家讲坛〉的“易中天现象”研究》、张娜的《古代经典的当代解读》^⑨、莫幼兰的《从余秋雨到易中天、于丹》^⑩。博士论文查无。

以“于丹”为关键词进行查询，共有 349 篇文章，其中相关的学术文章约 60 篇。硕士论文九篇（其中有一篇与以“易中天”为关键词查询的硕士论文同题），分别是：王丁的《于丹〈论语〉心得世俗化传播研究》^⑪、于婷的《“于丹现象”研究》^⑫、杨群的《“于丹现象”简论》^⑬、许婕的《百家讲坛于丹〈论语〉心得现象解读和文化研究》^⑭、莫幼兰的《从余秋雨到易中天、于丹》^⑮、李仲庆的《大众传媒语境下的于丹热解读》^⑯、张沛的《媒介专家的专业性和

① 章芝羚：《学术明星：文化传播与大众传媒对接的产物》，《今传媒》，2007 年第 12 期。

② 朱丹：《解构“学术明星”现象——兼论〈百家讲坛〉的生存策略》，《新闻爱好者（理论版）》，2007 年第 5 期。

③ 李倩倩：《对学术性节目与“学术明星”的思考》，《新闻窗》，2007 年第 1 期。

④ 余靖静：《“学术明星”如何传播经典》，《检察风云》，2007 年第 8 期。

⑤ 惠东坡：《“学术电视”需要“学术明星”——以央视“百家讲坛”为例》，《新闻与写作》，2004 年第 11 期。

⑥ 许闹：《透视知识分子的“学术明星化”》，《湖北社会科学》，2004 年第 2 期。

⑦ 黄佳利：《“易中天现象”研究》，武汉，华中科技大学，2008 年。

⑧ 王珊珊：《论易中天〈品三国〉通俗化与幽默化的语言特征》，济南，山东大学，2009 年。

⑨ 张娜：《古代经典的当代解读》，保定，河北大学，2009 年。

⑩ 莫幼兰：《从余秋雨到易中天、于丹》，广州，暨南大学，2009 年。

⑪ 王丁：《于丹〈论语心得〉世俗化传播研究》，兰州，兰州大学，2009 年。

⑫ 于婷：《于丹现象研究》，石家庄，河北师范大学，2009 年。

⑬ 杨群：《“于丹现象”简论》，海口，海南师范大学，2008 年。

⑭ 许婕：《百家讲坛于丹〈论语心得〉现象解读和文化研究》，广州，暨南大学，2008 年。

⑮ 莫幼兰：《从余秋雨到易中天、于丹》，广州，暨南大学，2008 年。

⑯ 李仲庆：《大众传媒语境下的于丹热解读》，长春，吉林大学，2007 年。