

Zai Meijie yu
Dazhong Zhijian

在媒介与大众之间：

电视文化

Dianshi Wenhua

论

Lun

学林出版社

著者
陈
龙

*ZaiMeijie yu
Dazhong Zhijian*

在媒介与大众之间：

电视文化**论**

学林出版社

著者
陈
龙



图书在版编目(CIP)数据

在媒体与大众之间:电视文化论/陈龙著. —上海:学林出版社, 2001. 12

ISBN 7-80668-249-X

I. 在... II. 陈... III. 电视文化—研究
IV. G22

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 092381 号

在媒介与大众之间:电视文化论



作 者—— 陈 龙
责任编辑—— 曹坚平
封面设计—— 桑吉芳
出 版—— 学林出版社(上海钦州南路81号3楼)
电话: 64515005 传真: 64515005
发 行—— 新华书店上海发行所
学林图书发行部(文庙路 120 号)
电话: 63779027 传真: 63768540
印 刷—— 江苏常熟市第四印刷厂
开 本—— 850×1168 1/32
印 张—— 10.5
字 数—— 23.1 万
版 次—— 2001 年 12 月第 1 版
2001 年 12 月第 1 次印刷
印 数—— 3000 册
书 号—— ISBN 7-80668-249-X/G·102
定 价—— 18.00 元

序

我国传播学研究起步较晚,始于20世纪80年代。中国的传播学研究是从介绍西方尤其是美国的传播学开始的。因此,我国传播学研究深受美国传统学派的影响。近十多年来,我国学术界的传播理论研究比较活跃,除了翻译外国的一些著作之外,国人出版的著作也不少,但主要以教科书建设为主,大多局限于介绍和阐述西方传播学的基础知识。国外著作的翻译,教科书、基础读物的出版,无疑对传播学观念逐步深入人心、推动我国传播学研究和学科建设,都起到了积极作用。但不容否认,这其中低水平重复之作也不在少数,而且,我国翻译出版的国外传播学著作,主要反映了以美国为代表的传统学派观点。至于以欧洲为代表的批判学派的著作,翻译出版得较少。这对于全面了解世界范围的传播学研究,全面评价不同学派的观点,不能不说是一种缺憾。

我国传播学研究所取得的成绩是有目共睹的,但存在的不足也是显而易见的。中国传播学研究的最大问题,我认为是缺乏创新精神。任何学术研究,都要有创新。无创新就无所谓研究。创新,就是要以新的材料,新的方法,新的观点去探讨新的问题,新的现象,得到新的答案,作出新的结论。中国传播学研究缺乏创新,主要表现在:1、未能跳

出美国传统学派的框框和束缚,跟传统学派亦步亦趋;2、研究的范围窄,研究者的视野不宽阔,重微观研究,轻宏观研究。这种现象在媒介研究中表现得最为突出。本来媒介研究是传播研究的一个重要方面,它需要一个较为宽广的视野,因此,创新显得尤为重要。媒介文化一直是传播研究的一个薄弱环节,而电视文化研究作为媒介研究的一个重要领域在国内的研究更是相当迫切。因此,国家社科规划办公室专门设立了“媒介文化研究”项目。陈龙博士的《电视文化论》,就是这一课题的研究成果。

电视对社会发展、对大众的影响已无须多说,我国电视观众之多、影响力之广已向学术界提出了许多亟待解决的问题。应当说,我国的电视研究著述不在少数,但长期以来大多是停留在表面的感性描述上,有很多关于电视的著作均是以介绍电视技术和电视鉴赏以及电视艺术与审美知识等等为内容的,绝少从学理的角度对电视做系统的、全面的、深入的研究。陈龙博士经过数年的潜心研究,终于完成了所承担的研究课题,写出了《电视文化论》的专著,可喜可贺。他在完成这项国家社科项目过程中,曾与我有过交流。我发现,他的研究思路有很多独到之处。在浏览了他的这部书稿之后,觉得该书中有以下几个值得注意的特点:

首先,作为一部全面研究电视文化的著作,这部书做了积极而富有意义的探索,并提出了一些新的观点和见解。例如,关于“电视文化”的内涵和体系。作者将电视文化与通俗文化、大众文化诸概念进行了甄别,从而准确为电视文化定位与定性。作者将电视文化分成两个世界即内在结构和外在结构,前者针对电视的编码、译码和特殊性、象征与

隐喻功能、假定性问题、女性化问题等展开论述；后者则对电视观众接受电视的形式、所受的影响以及社会问题进行专门的探讨。这些论述都富有新意。

其次，作者在研究电视文化时，比较注意方法论。作者既注重从传播学的角度看电视的有关问题，也注重从文化学角度对电视进行思考。全书对符号学方法的运用可谓贯穿始终。电视首先是一种大众传播媒介，它的传播规律、传播过程、传播所产生的影响等等诸问题，都有许多值得探讨之处。作者借鉴西方批判学派、经验学派的一些观点和研究方法，对电视的一些相关问题进行系统的阐述。电视作为声像并茂的电子媒介，自它问世之日起，就受到具有一定的合理性。自上个世纪 50 年代以来，关于电视的研究著作就已有三四千种，但绝大多数仅仅局限于实证研究之中，因而一些研究显得过于机械、绝对。这部《电视文化论纲》对实证的电视研究作了实事求是的评价，既肯定其成就，也指出其存在的问题。对批判学派的学术观点也作了批判的“拿来”。由于作者站在学术的前沿，并吸收中外研究之精华，所以，有些问题的讨论就比较有深度。

再次，这部著作不仅仅局限于对电视进行文本性的研究，而是将电视放入整个社会文化的大环境下来进行考察，特别对电视的社会影响进行了全面的分析。作者规避了以往电视著述大谈特谈电视文化的审美性、艺术性却不能有效阐述电视的传播规律的陈旧套路，对电视如何影响观众的心理与行为作了比较有说服力的解释。在阐述电视运作的内在规律的同时，对电视的外部规律也作了富有建设性的思考，使得宏观与微观的研究有机结合起来。

当然,本书由于篇幅所限,作者对有些问题还阐述得很透彻,还可以再作深发研究,这只能留待作者在后续的研究中去弥补。

总之,这部著作的出版是传播学研究领域的一件好事,我相信,它必将对我国的传播学研究尤其是媒介文化研究,起到积极的推动作用。

徐耀魁

2001年12月于北京

目 录

序	徐耀魁
绪 论 从媒介研究到电视文化研究	1
第一章 电视文化的内涵及其普遍联系	6
一、电视文化的内涵	6
二、电视文化与通俗文化、大众文化的关系	17
三、电视与当代文化的关系	23
第二章 西方的电视文化研究	27
一、法兰克福学派的媒介批判传统	27
二、英国文化研究派的传统	31
三、北美学术圈的研究传统	59
第三章 当代电视文化理论与思潮	80
一、阿尔杜塞的意识形态批评与结构主义电视 文化理论	80
二、葛兰西“霸权理论”与电视意识形态宰制论	94
三、霍尔“电视文本意义解读理论” 与费斯克“多元释义论”	113
四、后现代主义电视文化理论	135
五、经验学派的电视研究及其相关理论	153
第四章 电视文化的内在特性(上)	201
一、视听符号的编码与译码	201

二、电视视听符号的象征、隐喻和审美功能	216
第五章 电视文化的内在特性（下）	228
一、全息幻觉与画面引导	228
二、电视构成事件与假定性	235
三、“女子气”的电视	248
第六章 电视文化的创造主体	253
一、电视的“把关人”分析	253
二、受众在电视文化中的主体行为	260
第七章 电视文化的媒介形式	271
一、电视新闻文化	271
二、电视娱乐文化	279
第八章 电视文化的社会影响	283
一、“行吟诗人”——电视媒介的功能	283
二、“通俗”的电视文化伟力	292
三、家庭中的电视	297
四、新人类——电视对青少年的影响	303
五、代理经验与新型人格	314
参考文献	320
后 记	326



CONTENT

Preface	Xu yaokui
Exordium: From Media Studies To TV Culture Studies	1
Chapter 1 Connotations Of TV Culture And It's Universal	
Relations	6
1. Connotations Of TV Culture	6
2. TV Culture, Pop. Culture And Mass Culture	17
3. Television And Contemporary Culture	23
Chapter 2 TV Cultural Studies In The West (A)	27
1. Media Criticism Tradition Of Frankfurt School	27
2. Researching Tradition Of British School Of Cultural Studies	31
3. Researching Tradition Of North American Academic Circle	59
Chapter 3 TV Cultural Studies In The West	80
1. L. Althusser And Structuralism's TV Theory	80
2. A. Gramsci's "Hegemony" And Dominant Ideological Analysis	94
3. S. Hall's "Encoding / Decoding" Theory And J. Fiske's "Polysemy Thesis"	113
4. Post - modernism's TV Culture Theory	135



5. Empiric School's TV cultural Theory	153
Chapter 4 Intrinsic Characteristics Of TV Culture (A) ...	201
1. Encoding And Decoding Of Audio – visual Symbols	201
2. Symbolic And Metaphor Function In TV Audio – visual Symbols	216
Chapter 5 Intrinsic Characteristics Of TV Culture (B) ...	228
1. Holographic Illusion And Frame Guiding	228
2. Real Events And Presupposition Stories	235
3. “Womanish” Television	248
Chapter 6 The Creative Subject Of TV Culture	253
1. Analysis Of TV Gate – keeper	253
2. Audience As A Subject In TV Culture	260
Chapter 7 TV Cultural Concrete Form	271
1. Television News	271
2. Television Amusement Programs	279
Chapter 8 Social Influence Of TV Culture	283
1. “Bard” – Media Function Of Television	283
2. Power of Popularity	292
3. Television In Family	297
4. New Generation: Perceived Effects On Children	303
5. Acting Experience And Modern Personality	314
References	320
Postscript	326

绪论 从媒介研究到电视文化研究

20 世纪以来,不断变革的媒介生态已深深影响了媒介研究者的研究取向。在现今情况下,即便是极小型的媒介市场,媒介的竞争也是日趋白热化。电子媒介或印刷媒介的经营者,都开始研究如何才能吸引更多的受众,不论是广播、电视、报纸和杂志,都致力于发展最具吸引力的产品,以增强竞争力。在竞争激烈的媒介市场中,为了能有的放矢地制作受欢迎的作品、制定有效的政策法规,投资媒介研究的机构逐渐增多。现代化的媒体经营者已将研究视为经营过程中的一个组成部分,绝大多数的决策也藉由研究来辅助完成。

大众媒介研究的重要性已逐步为人们所认知。它的发展有一定的阶段性,不同的媒介研究其所走过的道路大体是相同的。通常在第一阶段,主要是研究媒介本身:媒介是什么?如何运作?应用了什么技术?与我们已有的媒介有哪些相似点和不同点?具有什么功用?等等。一旦媒介已经发展,研究工作就进入第二阶段。在这一阶段,研究工作主要围绕着媒介的使用及使用媒介的人进行:人们在现实生活中如何使用媒介?他们使用媒介干什么?是获取信息还是为了娱乐?儿童如何使用媒介?早期设定的关于媒介的功绩的观点是否正确?等等。第三阶段主要关注媒介对

人类心灵的影响。通过社会调查,了解人们每天花在媒介上的时间是多少?它们能否改变人们对事物的看法?受众希望听到、看到什么节目?使用媒介会不会产生有害影响?媒介怎样在人们的生活中帮助他们又怎样危害他们?等等。第四阶段研究包括媒介如何在运作中或借助技术辅助而发展。通常要解决的问题有:媒介是否能为更多不同类型的受众提供讯息或娱乐节目?新科技如何应用于媒介以改进其视听效果?是否有使节目更具有价值或娱乐性的方法?等等。

媒介研究兴起于 60 年代初期,大学心理学系和社会学系首先开展起来。由于大众媒介的历史本身并不长,所以来自传播学界的学者很少,但这种状况已有改变。在 60 年代,美国大学中传播学系迅速成长,这一研究领域已不再被来自其他相关学科的学者所独占。事实上,还出现了大众传播学者邀请社会学家、心理学家和政治学家共同研究传播学课题的趋势。由于传播媒介的普及,来自各不相同学术背景的学者正积极探索,试图解答大众传播媒介中的若干问题。近年来,大众传媒研究已进入了崭新的阶段,研究领域大为扩展。这包括媒介中的各种心理学和社会学问题,如研究人们对于电视节目、广告和电台播放的音乐的生理反应。此外,经由电脑设计的问卷和复杂的电脑分析在媒介分析已很常见。过去被认为是徒劳无益的大众媒介分析,现在已取得相当的学术地位。

媒介研究可以分为两个层面:学术研究与私人研究,或称基础研究和应用研究。所谓的学术研究,常常由大学和学术机构的学者进行,也就是说,它运用学院派的研究理论

和方法,其研究结果用来解释传播媒介及其对个人的影响。一般理论研究内容包括媒介的作用和其他各种与媒介有关的问题。私人研究由非政府部门的商业机构或他们的研究顾问承担,一般是应用研究,也就是说其研究结果主要用于经营决策。私人研究的主要内容有:媒介内容的分析和受众的兴趣爱好,研究决定是否购买其他产业和设备、销售预测、公共关系研究和公司形象研究等。

任何问题的科学评价过程,都必须按照一定的步骤进行,以增加相关信息产生的机会。媒介研究通常的步骤有:1、确立研究论题;2、确定与论题相关的问题;3、文献探讨;4、拟订研究假设与研究问题;5、调查与实验设计;6、调查代理机构和外勤服务机构;7、资料分析和解释;8、调查成果的呈现;9、重复试验;10、关于发生率和研究方法的讨论;11、摘要。通常使用的方法有田野调查方法,主要用于受众调查研究;另外应用较多的方法是内容分析方法。以上所论是关于媒介研究的社会学方法。这是媒介研究的经验传统。另一种类型方法,即批评学派方法则是从人文研究发展而来,媒介研究基本包含在文化研究之中,是文化研究的主要内容。

文化研究通常使用的是符号学、语言学方法、精神分析方法、读者导向批评、叙事理论以及西方马克思主义分析方法等,运用最多的是意识形态分析。批判研究在70年代以后开始吸收社会学实证方法,特别是莫尔利以社会学学者身份进行的受众研究,在推出了著名的《全国观众》(Nation-wide Audience)之后,改变了以往媒介研究空口说白话的形象,初步实现了媒介研究方法的融合。当费斯克将英国研

究传统从英国带到澳大利亚,又从澳大利亚带到美国,形成了美国实证方法的转型,媒介研究也开始向纵深方向发展。80年代以来,媒介研究集中在对报纸、电视、广播的阅读、收视效果调查上,各种学术的研究、私人的研究层出不穷,使人们误以为媒介研究就是传播研究的全部。但媒介与观众关系研究偏向自然和物理科学的模式。“科学方法”的应用是因早期从事媒介研究的学者的需求而赢得学术地位的,例如,拉扎斯斐尔德使媒介研究合法化。但是,这一传统在新形势下遇到挑战。

电视研究是媒介研究的主要方面之一。电视文化研究正是在媒介研究遭遇挑战的情况下产生的。电视文化中传播和接受行为的问题,用传统研究模式很难解释它的复杂性。不管大众传播研究多么成功地解释了我们和电视的关系。然而以统计学和计量方法为基础、以实验科学引导的媒介研究模式,显然没有留下多少可供理性阐述、批评的空间。内容分析有助于为一些方式提出引证,在这些方法中,电视节目不论是虚构还是非虚构的,都只是世界的再现,而非真实的反映。例如,内容分析有助于呈现电视新闻不感兴趣的其他事件。然而,内容分析固守在实证科学的领域中,限制了我们对于电视复杂网络与细微深处的探索。我们无从体验情境喜剧或肥皂剧被进行的一连串计量数据与资料的分析。那样活生生的材料就被搞得非常枯燥。人与虚构的丰富的电视节目之间有趣的互动,怎能用数据来解释?于是有学者指出,必须还电视文化研究一个自由的空间,既然电视文化是关乎人的行为的,那么何不按照人学研究的套路来展开研究呢?在这一背景下,电视文化研究方面的



新观念、新方法开始大量出现,成为媒介研究一道亮丽的景观。

值得一提的是,我国的电视研究现状并不十分理想。最突出的问题是缺乏学理化的研究。大量的研究著作还停留在对电视基础知识的介绍上。有一些著作开始系统地研究电视文化的有关问题,但没有理论的支撑,也缺少方法论的引导。这使得很多著述者对电视的研究处在以感性认识来理解、来阐述的层次。因而,皮相之论较多,深层研究较少。造成这一现象的原因很多,而最主要的一点是长期以来学术界对电视文化缺乏正确的认识,总认为它是“下里巴人”,大多数学者宁可研究一些与社会现实隔得较远的学术问题,而不愿去从事这一领域的研究,剩下的只是些滥竽充数的所谓的研究电视的社会课题了,粗浅之作自然也就多了起来。

由此看来,当务之急是要从观念上改变人们对电视文化的看法,使这一领域得到应有的重视,除此之外,还应当加强电视文化的学理化进程。当然,应用西方的概念、理论、学说等尚面临一个消化吸收的问题,完全照搬西方的一套会走向另一个极端,造成学术的变调。中国化的电视文化学理应当诞生在本民族的文化土壤之中。

第一章 电视文化的内涵及其普遍联系

一、电视文化的内涵

如果我们把德国匠人戈登堡发明机械印刷术看作人类历史上第一次信息革命,那么电视的产生则标志着第二次信息革命的到来。电视这一电子媒介,以其独特的动态文化形式超越了传统静态文化形式的文字印刷媒介,把人类带入了一个新天地。电视是一种全息化的信息传播技术,全息技术是光学技术的产物,原本指通过光线叠加和反射再现被摄物体的空间特征。“全息”的目的是为了获得更加完美、更加全面的光学信息。实际上,如果我们纵向地考察媒介发展的历史,就不难发现,传播媒介的变革实际上就是一个追求全息化的过程。人们依赖语言符号只能进入一个想象的世界,当印刷术发明的时候,人们的想象世界并没有得到多大的拓展,而当广播媒介发明后,人们得到的信息的清晰度大为提高,想象与实际的声音信息结合起来使人们对世界的感知更为具体。虽然电影解决了对世界的视觉运动的感知方式,但它存在的缺陷也是明显的——电影不能随时随地传达有效信息,只能让三维世界在二维平面上展现出来,可以说它在时空上都受到很大的局限。电视则既