

电视 文化传播 导论

吕 萌 著

安徽人民出版社

电视 文化传播 身论

吕 萌 著

安徽人民出版社

责任编辑:王世超

封面设计:宋文岚

图书在版编目(CIP)数据

电视文化传播导论/吕萌著. —合肥:安徽人民出版社,
2002.2

ISBN 7-212-01996-8

I. 电… II. 吕… III. 电视文化—研究 IV. G220

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 013815 号

电视文化传播导论

吕 萌 著

出版发行:安徽人民出版社

地 址:合肥市金寨路 381 号九州大厦 邮编:230063

发 行 部:0551-2833066 0551-2833099(传真)

经 销:新华书店

制 版:合肥市中旭制版有限责任公司

印 刷:合肥永青印刷厂

开 本:850×1168 1/32 印张:5.75 字数:150 千

版 次:2002 年 4 月第 1 版 2002 年 4 月第 1 次印刷

标准书号:ISBN 7-212-01996-8/G·362

定 价:9.00 元

印 数:00001-03000

本版图书凡印刷、装订错误可及时向承印厂调换

前 言

20 世纪以来,越来越多的文化信息通过电视传媒得以传播。它们不仅表达各种各样的社会文化内容,而且在传播中,通过对一定的社会规范、行为准则、价值观念、生活方式、审美意识等的肯定和否定,赋予一定的文化意义,并对社会文化产生影响。美国著名学者丹尼尔·贝尔认为:“当代文化正在变成一种视觉文化,而不是一种印刷文化。”电视通过声像形式得以传播,无论文化程度高低,任何人都可以通过电视传播与文化接触。与这种视觉文化相伴随的是一种大众文化,从某种意义上讲,大众文化更多是为了消费而生产的。它是指一种随社会发展而出现的信息化、商业化、产业化的现代文化形态。电视传播的大众化表现为通过市场机制使文化更加面对群众,接近群众,因而电视文化将在当代文化建设中负有重要职责。

首先,21 世纪承载符号形式已跨越单一的文字符号模式,向多样化发展。一个重要的特征就是信息表述从平面走向立体。每天晚上有成千上万的人坐在电视机前,不需要看许多文字说明,纯粹通过视觉来体验事件、性格、感情、情绪,甚至思想。电视媒介的直接性、形象性以及渗透性,必将冲击未来信息社会,影响大众的思维方式和接受方式,改变人们的信息接收习惯,重构文化的传播模式。信息文化结构的立体化传播方式对人们提出新的思维要求。

其次,电视拥有最广泛、全面的文化内容。作为一种其它文化

手段难以匹敌的社会交流手段,电视语言是一种超时空限制的语言形式。通过类似生活中的真实感,实现了屏幕世界和生活世界的沟通。电视传播总是形象的、生动的、具体的,它们不仅传播信息,而且尽可能调动线条、色彩、音调、构图等方面的因素,表现人类的审美情感。印刷文化时代,文字信息的传播指向一般较为确定,偶尔可能发生歧义现象。但在21世纪,更多的文化信息通过图像和声音进行传送,多媒体、三维动画等新技术的运用,创造了丰富多彩的屏幕空间,也给观众提供了丰富的想象余地,人们仁者见仁,智者见智地理解信息,信息内容得以拓宽。人们对信息文化价值的判断也将从单一深刻过渡到丰富多彩。

从电视传播的文化背景看,无论是电视节目的生产和制作,播放手段和方式,还是接受的方式和受众的心理等方面,都受社会发展规律的制约。尤其是它作为一种文化方式确立了自己的社会地位之后,更以其特有的认识功能和审美方式给我们创造了一个“屏幕社会”,成为人们认识的重要方式。电视无论是对历史溯源,还是对未来前瞻,都会诠释出特定时代特定文化的思想内涵。

第三,电视传播拥有最广泛的接受者。电视传播拥有世界上最多的观众,与其它媒介相比,更少受文化程度、年龄和性别的制约。作为一种大众文化,观众无论文化程度高低,上至白发老翁,下至几岁儿童,任何人都可以通过电视的声音和图像与文化接触。现代技术发展带给我们新的媒介态势。“电视的兴起,在人类文化史上也是一种革命,它以强大的传播威力,高度的逼真性和即时性等方面,形成电视时代的一种文化情势的氛围。”^①借助着电视事业的发展,电视文化迅速为人们接受。以电视为载体的大众文化消费成为许多人的一种生活方式,成为人们休闲娱乐和消遣的主要内容。作为大众文化传播的主要载体,电视传播应参与当代中

① 田本相:《电视文化学》,文化艺术出版社1990年版,第51页

国文化的构建。

进入 20 世纪 90 年代以后,商业文化大潮对严肃文化、精英文化产生了巨大的冲击,无主流、无深度、一次性、平面化的消费文化泛滥。反映在电视传播中,表现为电视的文化品位的下降,一种迎合市场,讨好观众的创作心态。这是随着我国改革开放和社会经济结构的变化,文化建设中形成的巨大差异。这种具有浓厚消费意识的大众文化现象值得电视传播者深思。文化作为意识形态,它不是商品,但作为物化形态,在需要通过市场得到传播时,它又成了商品。电视是传播大众文化的主要载体,它代表民意,体现时代精神,它所蕴含的文化意识在总体上体现了对时代精神的趋附与追随。任何时代精神都是社会实践发展的内在一切和社会经济关系运动所决定的历史发展趋势形成的主流文化精神,这种文化精神主要的不仅仅被主流文化所体现,同时也被大众文化所体现。大众文化是一种务实的文化精神,是对故作深沉的守旧文化心态和对未来空泛承诺的文化理想的冲击与否定。它打破了计划经济体制下形成的旧的文化观念、文化模式、文化体制,以现代化传媒为载体,突破时空限制,使文化共享得以实现,在纷至沓来的文化中获得对时代精神的某种理解和感悟。

对电视文化的社会需要,也是一种社会审美需要,它促进电视文化生产追求更广泛的社会审美效果。这必然影响到电视作品的主题、题材及其形式、风格等方面。大众文化接受者与传统文学艺术品种的鉴赏者不同,他们的需要受社会发展的支配。通过电视传播,文化不再高悬于象牙塔之上,深不可测,它有利于优秀文化产品的传播和普及。但是我们也应该看到,大众文化是以市场为导向,它追求的是一种商业价值,而忽视人文价值,注重娱乐性而缺乏对生活底蕴的理性思考,突出流行性而失去创作个性的追求,这无疑会造成消费人格的片面化。

我国电视观众的文化素质是参差不齐的,而受教育层次较低

的人又不少,低文化水平的观众对电视传播的形式格外青睐,而对传播的内容兴趣仍留在原有的习惯形式上。于是,现代化传播手段同传统的通俗化相结合就成了电视传播的主要形式和内容。一批高素质的电视作品制作者,依照国际先进水平和规范制作的高层次传播作品,在众多受传者的习惯和鉴赏水平面前得不到承认和接受。面对市场化的竞争,他们只能迁就传播环境的现状。提高大众文化的思想性和文化品位,引导电视文化向雅俗共赏的方向发展,走雅俗结合的路子是电视传播面临的问题。一方面电视传播突出对高雅文化、高品质文化的追求;同时又考虑到从电视的内容和形式上向大众靠拢,从大众心态出发,实施电视传播的内容。在强调电视作品的娱乐性、大众性的同时,普及高雅文化之长,强化对生活意义的理解和对高尚审美情趣的追求。俗中有雅,雅中有俗,雅俗共赏是电视文化创作者的审美创造目标。

文化是人类活动的产物,同时反过来深深地影响着人类活动。电视传播置身于改革开放的年代,成为大众文化传播的主要媒体。它一方面享受不定期文化的成果,同时又受一定社会文化制约。我们一方面应该正视大众文化对电视传播的积极和负面影响,同时电视传播的穿透力和对时代文化的构建作用也是不可低估的。

电视文化传播是一个重要而又复杂的课题。本书从电视传播的媒介的特征和审美特征出发,对电视传播的社会文化影响,电视观众的社会文化构成和电视节目发展的文化流向等方面做了粗浅的分析和研究。本书可作为高等院校新闻与传播,广播电视新闻专业相关课程的参考教材。此外,对电视文化传播感兴趣的朋友亦不妨一读。由于本人学识粗浅,加之资料有限,本书不完善和疏漏之处恳请读者批评指正。

目 录

前 言	(1)
第一章 人类传播手段的进化	(1)
一、人类传播的萌芽	(1)
二、口语的产生在人类发展史上的划时代意义	(2)
三、文字的发明在人类传播史上的重大意义	(4)
四、印刷媒介促进人类社会性信息传播活动的发展	(7)
五、电子媒介带来全方位崭新的传播时代	(10)
第二章 电视作为传播媒介	(15)
一、电视传播的三个层面	(15)
二、电视的传播符号	(21)
三、电视传播的符号构成	(25)
第三章 电视传播的社会影响	(29)
一、一种新的生活方式	(29)
二、电视对人的思维、行为的影响	(33)
三、电视传播与人的社会化过程	(39)
第四章 电视映像思维的审美特征	(45)
一、映像思维的文化意义	(45)
二、电视传播的审美特征	(48)

三、视听结合的审美感知·····	(53)
第五章 电视——大众文化的显示器 ·····	(57)
一、一种新型文化形态·····	(57)
二、如何理解电视创造的文化·····	(60)
三、电视生产的大众文化特征·····	(67)
第六章 电视观众的社会文化构成 ·····	(71)
一、电视观众的构成·····	(72)
二、电视观众的文化心理结构·····	(76)
三、观众态度与传播效果·····	(79)
第七章 电视传播与观众的文化需求 ·····	(85)
一、电视传播对观众的影响·····	(85)
二、电视观众的类群与电视传播的栏目化·····	(90)
三、电视节目的编播概念·····	(92)
四、电视传播与观众的契合对应·····	(95)
第八章 电视传播与文化消费和引导 ·····	(98)
一、电视文化与意识形态·····	(98)
二、电视文化与市场经济·····	(101)
三、电视的媚俗化·····	(104)
四、电视文化的建构·····	(107)
第九章 电视节目的多元化定位 ·····	(112)
一、电视节目策划的文化意义·····	(113)
二、新闻类节目的社会角色·····	(116)
三、综艺节目的文化定位·····	(119)
四、生活服务节目的人文关怀·····	(122)

第十章 电视广告文化的价值	(128)
一、电视广告的文化精神	(128)
二、电视广告的文化底蕴	(131)
三、电视广告的文化价值	(136)
第十一章 电视纪录片的人文空间	(140)
一、纪录片的文化底蕴	(142)
二、纪录片的审美体验	(145)
三、纪录片创作的文化意义	(147)
第十二章 闲暇的社会价值与电视文化传播的契合	(152)
一、社会闲暇时间的概念及意义	(152)
二、社会闲暇时间的文化开发	(155)
三、电视传播如何实现对闲暇时间的合理占有	(157)
第十三章 面向 21 世纪的电视文化建构	(162)
一、新的技术和新的传播形态出现	(162)
二、一种新的文化传播态势	(165)
三、电视文化传播的新纪元	(168)
四、电视文化建设的责任	(170)
后 记	(174)

第一章 人类传播手段的进化

人类传播的萌芽——口语的产生在人类发展史上的划时代意义——文字的发明是人类传播史上有重大意义的事——印刷媒介促进人类社会性信息传播活动的发展——电子媒介带来全方位崭新的传播时代

在人类传播史上,人们经历了语言传播、书写传播、印刷传播、电子传播不同阶段。每一次传播革命对社会进步具有重大的推动作用。人类传播活动的进步和发展是以媒介的进步为主要标志的。

一、人类传播的萌芽

在语言出现之前,人类传播所使用的媒介,我们姑且称之为“拟势语”^①。著名人类学家摩尔根在他的著作《古代社会》中这样写道:“人类的语言似乎是由最粗糙、最简单的表达形式发展起来的。必然是先有思想而后才有语言;同样,必然是先用姿态或手势表达语意而后才有音节分明的言语。”^②关于“拟势语”的具体状况已无法查找,但从一些民族流传下来的风俗中,我们尚且可以推测出有关“拟势语”的状况。甚至在现代人的生活中也有这种“拟

① 吴子敏:《无形的网络》,国际文化出版公司,第3—5页。

② 摩尔根:《古代社会》(中文新译本),商务印书馆,第5页。

势语”的残留现象。如使用不同语言的人交流时往往采用各种手势语互通信息。以拟势语为代表的原始传播方式,象征着社会性传播活动的萌芽。为人类传播的进化创造了条件,并为成熟的传播方式和传播符号的出现提供了基础。

二、口语的产生在人类发展史上的划时代意义

大约 10 万年前,人类传播史上迎来第一次革命,语言产生了。菲利浦·列伯曼在《人类说话的进化》(1984)中推断,人类的远祖大约在 9 万年前的某个时候开始“说话”,大约 3.5 万年前的某一时期开始使用语言。至于语言是怎么产生的,各种猜测莫衷一是。有人认为语言是通过模仿动物等自然的声音形成的;也有人认为是从事体力劳动者劳动时协调动作时发出的声音;也还有人认为,语言是从传播感情和欢乐事件的歌声中演变而来的。至今为止,恩格斯的“语言起源于共同劳动”的推断,最值得信服。劳动不仅锻炼了人的双手,也锻炼大脑,同时它也是人类积累经验、发展知识的源泉;而制造工具,不仅要有灵巧的手和发达的脑,还必须有足够的经验和知识。但经验和知识的积累和发展,任何个人是无法完成的,它必须通过无数个体间的信息传递与交流来实现,而在当时,传播信息的最佳手段只有语言。

因此,首先是劳动产生了语言出现的社会需要。当自然环境的变化使得原始人不得不以群体的形式生产、生活以后,他们逐渐感到只凭简单的“拟势语”已经无法准确、清楚地表达需要彼此交换的意思,他们需要一种更实用、简便而层次又更高的交流。

其次,劳动为语言的产生提供了物质的基础。劳动促使类人猿的手脚分工,并使他们将直立行走固定下来,随着肺部压力的减轻,他们能够更加自由地运用肺和声带,并使人的口腔内部发音器官有了更大的活动余地,这就使语言产生有了基本的物质条件。

第三,由于劳动内容的丰富和复杂,促使人类思维的产生和发

展,人的内心世界也不断丰富,使语言产生所必需的意义要素基本完备。语言是思维的物质外壳,语言中的意义要素来自各种思维活动,没有思维活动就没有语言中必备的意义要素,而人的思维又正是在各种复杂劳动的推动下不断丰富的。从人类进化角度看,由于类人猿能够行走后,走动范围扩大,视野也随之增大,大脑中获得的信息量也越来越丰富,为人类进行更为复杂的思维提供了信息材料。

劳动决定了创造语言的必要,也提供了创造语言的可能。人类创造了语言,语言也成为人类的一种标志,成为人类进行交际与传播的工具和认识世界、改造世界的有力武器。从传播的角度来考察,我们可以看出语言传播较之“拟势语”有诸多好处:

第一,增加传播内容的丰富性。不仅吸纳了“拟势语”中对事物具体、可感的表现信息,而且更擅长对那些抽象的,表现人的感受、思维的信息的传播。有了特定的声音表达符号,拓宽了人与人之间交往的通道,人们可以脱离具体的物质环境而随心所欲地交流关于生活中几乎所有的信息。有了语言,不仅方便了人们日常的物质生活需求,也丰富了人的情感世界,人类的生活空间更加丰富。

第二,口语传播的出现可以帮助人们在更大的范围内同时向众多的人发布信息,具备了大众传播的基本潜质。这种众人同时参与传播的信息传播方式,使传播活动在社会化过程中发挥重要作用。口语传播受社会阶级、阶层、地域、场合、传播对象等因素的影响,受不同层次的社会文化圈的限制,与该圈子里的行为模式互相配合,通过口语交流达到一定范围内思想的统一和行为的统一。

第三,口语传播的出现使人类在大脑的配合下,保存众多的语言信息。譬如迄今为止,大量的生产经验、生活经验都是通过一定的血缘关系、师徒关系口口相传,继承下来。脱离了具体物体的抽象的语言,使人类具有一定的信息保存能力,这对于提高生产力水

平和人的生活质量都具有重要意义。

“语言是人类最重要的交际工具。”^①在人类与自然环境的交互活动中,人类语言是一种最为周密而抽象的形式,所有人类基本活动都是依靠语言的交互活动来维持其存在的。从文化的角度来分析,社群结合的方式不同,形成行为模式的不同,进而造成语言表达方式、态度、礼仪、制度的不同,因而形成文化的差异。每一个个体,由于传受双方地理、文化位置和地位的靠近,利用口语传播随时可以把握对方在传播过程中的情绪、态度。传播者根据传播中所听者的各种反应及时调整自己的内容、方式、节奏、音量、音调等,听说者根据交流对象、气氛、手势、语调等等不断调整自己的理解能力,从而准确地掌握对方所传达的信息。口语传播一般是在双方在场的环境中进行,各种有意无意的非语言的交流,使面对面双方获取信息的渠道和所得到信息量都远远超出了口语传播本身。口语传播强调“听其言,观其行”,全方位地获取对方的各种信息,身体姿态、服饰、表情、手势、口气、声调等等,每一个细小的动作和眼神都可以传达重要的信息。非语言因素虽不表达确切的意义,但它更能反映出人们在交流中的一种下意识状态。

口语传播是大众传播媒介诞生之前最为便捷、普及、覆盖面最广的传播方式,其在传播中呈现出的特征,随着传播方式的更迭,不仅没有退化,在现代化的电子传播中更得到进一步的升华。电视声画兼备的传播特征,创造了身临其境的传播形态。通过电视,口语传播的诸多优势得以发展。观众守望在电视屏幕前即可感受口语传播的现场和氛围,电视传播将口语传播带入一个新的境界。

三、文字的发明在人类传播史上的重大意义

在第二次传播革命中,人类发明了文字,开始进入书写传播时

^① 《列宁全集》,人民出版社,第396页。

代。语言传播虽然是人类传播的一大进步,但随着社会发展水平的提高,人类对传播活动的要求也上升到一个新的阶段。口语传播受人类生存环境的局限,不利于更广泛的交流。同时,由于个人理解、记忆和个人爱好方面的原因,在口语传播中,往往难以忠实于原有的面目。如《吕氏春秋》中就有与此相关的论述:“夫得言不可以不察,数传而白为黑,黑为白。故狗似猿,猿似母猴,母猴似人,人之与狗则远矣。此愚者之大过也。闻而审则为福矣,闻而不审,不若无闻矣。”自古人类为防止口语传播中的缺憾采取了许多措施,如“空口无凭,立字为据”,“眼见为实,耳听为虚”等,均表达人们对寻求更新传播方式的需求。从人类发展的角度来看,口语传播毕竟只能保存少量的信息,大量的有价值的信息在口口相传中流失,不能“通之于万里,推之于百年”。

因此,文字的发明及其应用,可谓人类传播史上的一大创举。它一方面引导人类由“野蛮时代”迈步进入“文明时代”,另一方面从文化传播的保存性看,实现了时空的真正超越。

各种民族对文字的产生有着不同的说明。埃及人归功于智慧之神,巴比伦人归功于命运之神,希腊人归功于奥林匹斯的传令官和使者赫耳墨斯,只有中国人认为仓颉造字,文字是人类的发明。据说人类最早使用文字的时间大约在公元前 4000 年左右。文字的产生先后经历了刻画、结绳、象征等早期阶段。大约在公元前 3500 年,在古埃及、克里特和中国大地上就最先出现了“图画文字”和“形象文字”,它们一画一“字”,一“字”一义,几个画结合在一起构成一个故事或事件。这些信记虽不是文字,但是它为文字的产生做好准备。

书写传播时代初期的图画文字或形象文字在发展中先后分为符号——音节体系(如英语、法语等)和单字——表意体系(如汉语、日语等)。其功能与优势亦有差异。研究表明:英语、法语比较容易学,容易使用,也容易变化,导致了西方人较为关注变革和发

展的精神倾向;汉语、日语要花较长的时间才能掌握几千个单字,用来阅读较为浅显通俗的文章,这与东方人稳定、团结、怀旧的情感相一致。无论东西方文字的功能差异如何,从传播的意义上看,文字的发明,使人类文化传播又进了一大步。

首先,文字的出现使信息传播同时突破了时间、空间条件对人类的限制。从时间上来说,文字的使用使人类可以把信息长久地保存下来,精确地传给后世,人们把更多的时间用于创造和研究新的经验,不用再费尽脑筋考虑如何保存信息,把储存经验和信息的任务交给文字记载来完成。由于文字可以清晰记载人类社会发展中获得的各种经验和教训,它便为后代提供寻求历史的证据。从空间上说,文字为人们提供了远距离精确传播的可能性,文字记载使当代的东西可以更广泛地传播,并成为当代人观照自己生活的一种尺度。因此,文字的产生对人类的文化、思想、制度产生积极的影响。

其次,文字的产生将声音和人分离开来,使传播者的信息传达可以跨越时空,接受者异地可以接收。当代信息传播的区域性拓宽,不同区域的受传者通过文字在不同时间接受来自同一信息源的信息。历史典籍的流传则使不同时代之间大规模地进行传播,为传播活动提供了更为自由、灵活的形式。对文化的传承、生产生活经验的交流、社会制度规范的形成都产生了重要作用。在一个国家、一个民族的范围内,文字是全民共有的一种财富,是大家都可以利用的传播媒介,特别是在中国这样一个多民族国家中创造一种统一的文字,为各民族之间文化、政治思想等方面的互相认同、融合提供了一种方便。秦始皇统一六国之后,积极推行文字改革,统一文字,对观念的统一、制度的统一、文化的统一都发挥了重要作用。

在第二次传播革命中,文字载体经历了从沉重的石头、泥土逐步向较轻的龟甲、兽骨、木板、竹简,和便于携带的羊皮、绢帛、纸张

的转变,书写工具也经历了从树枝、棍尖到刻字的石刀、铁刀,再到毛笔的转变。

这个过程展示了人类进化的文明,文字传播是较之口语传播的人类一大进步。但是,任何传播媒介的出现都有着它的历史和社会的局限,文字也不例外。随着文字化社会的不断发展,文字本身的特点在传播中形成了原所没有的尴尬。文字自从它产生起到今天一直不是全社会每个成员都通习的传播媒介,而是掌握在少数人手中。以我国为例,从文字产生之初直到中华人民共和国成立之前,中国老百姓的文盲率竟高达 80% 以上。由于政治、经济等多重因素,广大底层劳动群众仍然停留在靠口传、信号和简单的记号传播信息的阶段,他们没有能力掌握文字,也就谈不上使用文字传播信息了。因此,从全社会普及各种思想文化观念的需要出发,单纯使用文字进行传播有着明显的社会局限,我们从电视文化传播的视角思考这个问题,就会意识到从文字信息传播中升腾出来的电视传播,恰恰从满足更广泛群体的需要出发,弥补了文字不够普及,老百姓接受有障碍的问题。

从中国文字的发展中,我们发现长期以来文字被人为地控制在少数人手中,那些掌握文字的统治者和其他社会上层人物出于自我利用的考虑,有意识地为文字的普及设置了一些障碍。许多不识字的普通百姓饱尝目不识丁的辛酸,原本为人类生存发展而创造的文字,成为一种决定人们社会地位的一个重要因素。当然人类历史的发展不可能永远按少数人意志进行。文字传播的优越性决定了它为社会的发展和进步注入了活力。

四、印刷媒介促进人类社会性信息传播活动的发展

第三次传播革命是印刷术的发明带来的。它不仅给中国,也给全世界的文明带来曙光,使人类社会发生了翻天覆地的变化,并引导人类传播真正步入了一个崭新的大众传播时代。文字发明、