

关于电视

Sur la télévision

(法)皮埃尔·布尔迪厄 著 许钧 译

Pierre Bourdieu

南京大学出版社

棱镜精装人文译丛
主编 张一兵 周 宪

关于电视

Sur la télévision

(法)皮埃尔·布尔迪厄 著 许 钧 译

Pierre Bourdieu

南京大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

关于电视 / (法)布尔迪厄(Bourdieu, P.)著;许钧译. —南京:南京大学出版社,2011.1

ISBN 978-7-305-07810-1

I. ①关… II. ①布… ②许… III. ①电视-传播媒介-研究 IV. ①G22

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 235173 号

Pierre Bourdieu

Sur la télévision

© Éditions Raisons d'agir, 1996

© Pierre Bourdieu, 1994 pour *Les Jeux Olympiques*

© Pierre Bourdieu, 1997 pour la postface

Simplified Chinese edition copyright published in 2011 by NJUP
Through CHEN Feng

All rights reserved

江苏省版权局著作权合同登记 图字:10-2010-175 号

出版发行 南京大学出版社
社 址 南京市汉口路 22 号 邮 编 210093
网 址 <http://www.NjupCo.com>
出 版 人 左 健

丛 书 名 棱镜精装人文译丛
书 名 关于电视
作 者 (法)皮埃尔·布尔迪厄
译 者 许 钧
责任编辑 赵 丽
照 排 南京紫藤制版印务中心
印 刷 南京爱德印刷有限公司
开 本 787×960 1/32 印张 5.625 字数 73 千
版 次 2011 年 1 月第 1 版 2011 年 1 月第 1 次印刷
ISBN 978-7-305-07810-1
定 价 20.00 元

发行热线 025-83594756
电子邮箱 Press@NjupCo.com
Sales@NjupCo.com(市场部)

* 版权所有,侵权必究

* 凡购买南大版图书,如有印装质量问题,请与所购
图书销售部门联系调换

译 序

周 宪

老友许钧译作迭出，近译法国著名社会学家布尔迪厄引起很大争议的《关于电视》，我得近水楼台之便，先睹为快。他热情相邀，要我发点感慨。我欣然从命。以下文字是有感而发，管窥蠡测，不足为序。

记得前几年，国内曾上映过一部法国影片《冒险的代价》，讲的是一家电视台的追杀娱乐节目。一位囚犯被选为追杀目标，他历经磨难，最后回到演播室，揭穿了电视节目的骗局。这部电影以寓言的方式昭示了电视在媒介社会的另一面。如果对这部影片还记忆犹新的话，读读布尔迪厄的《关

于电视》，定会感悟良多。

毫无疑问，人类文化正在经历一个前所未有的全新阶段——电子媒介文化阶段。乐观主义者称，电子媒介把我们带人一个更加民主、更加开放的新时期；悲观主义者却为媒介的霸权和专制深感忧虑，各种折中之说更是五花八门，莫衷一是。于是，面对电子媒介，尤其是无处不在的电视影像文化，我们该做些或能做些什么？

这是一个难以回避的问题。

早在二战前后，法兰克福学派的精英们就开始了这一问题的探索。本雅明对技术带来的新形式和新媒介欢欣鼓舞，他坚信卓别林式的艺术与大众的关系，远比毕加索式的关系更为进步。这个论断隐含了一个信念：通俗文化和新技术与新媒介的结合将是革命性的，它促进了文化的民主化进程。但阿多诺却对此忧心忡忡，他在《启蒙辩证法》中，对文化工业的危险的描述语出惊人。虽有过激之嫌，却也道出了文化工业的内在逻辑和潜在威胁。50年代以来，多伦多学派异军突起，从因尼

斯到麦克卢汉，他们预言了电子媒介给人类社会带来的变革和进步，描绘了一幅带有明显的技术决定论色彩的未来图景。麦克卢汉的两个基本论断：

“媒介即讯息”和“媒介是人的延伸”，不啻是对媒介的膜拜和礼赞。^① 进入70年代，随着东西方对抗和资本主义的全球扩张，同时也随着媒介对社会生活的广泛渗透，西方知识分子的反思愈加深入，批判理论的立场成为媒介思考的基点。一些激进的知识分子拒绝媒介，特别是拒绝上电视，他们宁愿选择站在媒介之外来批判媒介的策略。

布尔迪厄却提供了另一种策略：利用电视来为电视解魅。这不由得使我想起了他在法兰西学院院士就职演说时采用的同样策略，运用任职仪式赋予他的权威，来增加用他对任职仪式的逻辑和效果所做的分析的权威性，进而探讨“一个学术性的制

^① McLuhan, M., *Understanding Media*, Cambridge, MIT Press, 1994.

度机构，它的本质是什么，又是如何运作的”^①。他认为，电视正在对艺术、文学、科学、哲学和法律等文化生产形成巨大的危险，揭露电视的象征（或符号）暴力，使这一切大白于天下，进而唤起人们自由表达自己观点的自觉意识，乃是一个社会学家不可推诿的责任。伟大的戏剧家布莱希特说过，司空见惯的事物人们往往对它们熟视无睹。他创造的“叙事剧”旨在把熟悉的变成陌生的，以引起观众的警醒，此乃“陌生化”（间离效果）。布尔迪厄的方法与其有异曲同工之妙：

这一研究背后的理念，就是要颠覆观察研究者与他研究的世界之间的自然关系，就是要使那些通俗常见的变得不同寻常，使那些不同寻常的变得通俗可见，以便明确清晰地展示上面两种情况中都被认为理所当然的事物，并用

^① 布尔迪厄等：《实践与反思》，中央编译出版社 1998 年版，第 274—275 页。

实践的方式来证明,有可能充分彻底地将客体以及主体和客体的关系都作为社会学研究的对象,后者我称之为“参与性对象化”。^①

与阿多诺式的在媒介体制之外来批判媒介的方法相比,布尔迪厄“参与性对象化”的方法似乎带有更大的破坏性,它从内部揭露了媒介体制鲜为人知或人所忽略的那一面。难怪《关于电视》一面世,便在法国传媒界和知识界引起了轩然大波,持续论争数月之久。

那么,布尔迪厄为电视解魅,较之于前人和他同时代的人,有何新颖独到之处呢?阿多诺早就发现,文化工业一方面是资本主义社会中操纵大众意识形态的工具,另一方面,又是服从于资本主义商品交换逻辑的,总而言之,是为现存资本主义制度服务的。^②从阿多诺的文化工业批判,到布尔迪

① 布尔迪厄等:《实践与反思》,中央编译出版社1998年版,第99页。

② 霍克海姆,阿多诺:《启蒙辩证法》,重庆出版社1990年版。

厄的电视批判，值得一提的中间一环乃是哈贝马斯的公共领域理论。

哈贝马斯在《公共领域的结构变迁》中指出，从封建专制社会向资本主义社会的转变，出现了公共权威和市民社会。公共权威涉及国家，诸如司法体制和暴力手段使用的合法化等；而市民社会则是一个在公共权威保护下的私有经济关系领域。它不仅发展出经济关系，同时也塑造了不断脱离经济活动的人际关系。于是，在公共权威和市民社会的私人领域之间，便出现了一个新的公共领域。一些资产阶级的文人雅士成为这一领域的最初主体，他们以理性论争的方式讨论封建时代禁忌的话题，并对国家和权威进行争论和批判。在17世纪末和18世纪初的巴黎和伦敦等大城市里，出现了一些由贵族聚会转化而来的沙龙以及咖啡馆，这便是公共领域的雏形。我们或许可以把它视为现代知识分子活动的基本空间。公共领域最初只限于文学艺术问题的讨论，后来逐渐扩大到政治论争大众传播的出现，诸如小规模报纸和独立的出版社

等，拓展了公共领域。虽然公共领域只限于少数有地位和受过良好教育的知识分子，但哈贝马斯发现它具有重要意义，因为在不同于公共权威和家庭等私人领域的公共领域中，通过理性讨论和争辩可以形成一种公共见解(public opinion, 或舆论)，进而构成一种他所说的“公共性”原则。这意味着，个人见解可以通过公民的理性-批评论争而形成舆论，它对所有人开放，并独立于文化支配之外。哈贝马斯注意到，这种公共原则在资本主义社会从未完全实现，因为国家权力的扩张和其他社会组织的发展，尤其是大众传播的商业化和舆论技术的出现，限制甚至从根本上改变了公共领域的性质和特征。从前一方面来看，曾经作为理性-批评论争私人场所的公共领域，逐渐蜕变为一个文化消费的领域，即当控制商品交换和社会劳动力的市场法则渗入公共领域时，“理性-批评论正也就逐渐被消费所取代，公众交流的网络也就消解为个人接受行为，不过这种接受方式却是整齐划

一的”^①。如此一来，公共领域原有的批判潜能便被消解了，它被融入了资本主义的现存体制。哈贝马斯发现，报纸的内容由于商业化必然走向非政治化、个人化和煽情，并以此作为促销的手段。这个主题在布尔迪厄的电视解魅中被加强了。从后一个方面来说，大众传播领域中舆论管理技术的发展，强调个人是私人公民而非消费者，但却把这个观念运用于某些利益集团的偏私目的。这样一来，资产阶级公共领域名存实亡，舆论管理新技术被用来赋予公共权威以某种魅力和特权，这和封建宫廷曾有过的特权别无二致。在哈贝马斯看来，公共领域在这样的条件下实际被“重新封建化了”，“公共性已被转化为管理化的统一原则”。^②结果是公众变成成为一种被管理的资源，他们被从公共讨论和决策过程中排除出去了，而一些利益集团

① Habermas, J., *The Structural Transformation of the Public Sphere*, Cambridge, MIT Press, 1989, p. 161.

② Habermas, J., *The Structural Transformation of the Public Sphere*, Cambridge, MIT Press, 1989, p. 207.

的政治主张要求则同时又被合法化了。这个主题在布尔迪厄的电视研究中被强化了。

布尔迪厄在这两个方向上进一步追问，他以犀利的分析有力地揭露了电视在资本主义社会中的两个基本功能：反民主的象征暴力和受商业逻辑制约的他律性。这便构成了《关于电视》的两个基本主题。

第一个主题是分析论证电视在当代社会并不是一种民主的工具，而是带有压制民主的强暴性质和工具性质。在这方面，布尔迪厄的去魅性分析可谓令人叫绝。他从三个方面揭露了电视在当代社会中符号暴力特征。第一，他揭露了电视行业的职业眼光和内部循环所导致的同质化。敏锐的社会学注意力和深刻的哲学思辨力，使得布尔迪厄对电视行业内部一系列看似矛盾的现象做出了深入的分析。比如，电视本该提供信息展现事物，但它却要么不展现，要么使事物变得微不足道，或与现实毫不相关。究其根源是因为电视人有一种特殊的“眼镜”。他们透过这特殊的“眼镜”去看

世界，对某些事物视而不见，对另一些事物则片面夸大，这种选择原则有一个确定的目标：“对轰动的、耸人听闻的东西的追求。”（见本书第 20 页）为此，各家电视台争相抢新闻，占头条，制造轰动，以求区别于别的同行和其他电视台。从表面上看，这将导致不同电视机构之间的竞争和新闻业的多样化和多元化。但布尔迪厄却入木三分地揭橥了这种竞争的必然逻辑和后果：

为了第一个看到或第一个让人看到某种东西，他们几乎准备采取任何一种手段，但是，为了抢先一步，先别人而行，或采取与别人不同的做法，他们在手段上又相互效仿，所以他们最终又在做同一件事，那就是追求排他性，这在其他地方，在其他场可以产生独特性，但在这里（指电视——引者注）却导致了千篇一律和平庸化。（见本书第 22 页）

追求抢先导致了争相仿效，强调排他性的特色则形

成了大同小异，最终结果是电视节目和内容的内在同质化。从报纸到电视，从一家电视台到另一家电视台，信息的内部封闭循环流动导致某种整饬。这似乎证实了麦克卢汉的一个看法——一种媒介是另一种媒介的讯息。^① 所以，布尔迪厄一语中的：“电视是一种极少有独立自主性的交流工具”（见本书第 49 页）。因为电视外部受制于收视率，内部则有一系列控制手段和程序。各种看得见或看不见的审查自不待言，主持人角色行为的限制，时间分配的限制，谈话内容的限制，演播程序的限制，甚至主持人的不经意，都在行使电视的符号暴力——拒绝自由交流。结论是合乎逻辑的：电视不利于表达思想，必须在“固有思维”的轨道上运作。由于电视需要一种“快速思维”，所以，电视只赋予一部分“快思手”以特权，出现了一批“媒介常客”，思想的颠覆性沉沦于老生常谈之中。说

^① McLuhan, M., *Understanding Media*, Cambridge, MIT Press, 1994.

到底，电视不过是提供了一种消化过的食品和预先形成的想法。这种去魅式的分析委实击中肯綮，发人深省。这样，布尔迪厄也就从电视节目参与者和电视人之间不可逾越的游戏规则角度，揭露了它的压制自由交流的特征。最后，他点出在后现代文化中，影像文化的特殊优越地位，构成了电视在新闻场中经济实力和符号表达力都占据上风，进而对其他媒介（比如印刷媒介）构成了一种暴力和压制，甚至影响到它们的生存。以至于文字记者的主题只有得到电视机制的呼应，才变得更有力更有影响，这便导致对文字记者的地位和角色的深刻怀疑。

在揭示电视的这种功能特征时，布尔迪厄关注的焦点在于：“象征暴力是一种通过施行者与承受者的合谋和默契而施加的一种暴力，通常双方都意识不到自己是在施行或在承受。和其他科学一样，社会学的职能就是揭示被掩盖起来的的东西；只有这样，它才能有助于将作用于社会关系，尤其是把传媒关系的象征暴力减少到最低程度。”（见

本书第16—17页)这里,作者鲜明的文化批判立场昭然若揭。

《关于电视》的第二个主题,涉及到电视与商业的关系,或者换一种表述,涉及到商业逻辑在文化生产领域中的僭越。它与第一个主题密切相关,是它的进一步展开。布尔迪厄的推论很简单:50年代,电视关心的是文化品位,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”。前面提到的法国影片《冒险的代价》即如是。电视何以从文化和交往的传播手段,沦落为一种典型的商业操作行为?布尔迪厄的看法简单明确,这一切都受制于收视率,而收视率又是追求商业逻辑的必然结果。

新闻界是一个场,但却是一个被经济场通过收视率加以控制的场。这一自身难以自主的、牢牢受制于商业化的场,同时又以其结构,

对所有其他场施加控制力。（见本书第 79 页）

通过收视率这一压力，经济在向电视施加影响，而通过电视对新闻场的影响，经济又向其他报纸，包括最“纯粹的”报纸，向渐渐地被电视问题所控制的记者施加影响。同样，借助整个新闻场的作用，经济又以自己的影响控制着所有的文化生产场。（见本书第 83 页）

布尔迪厄描绘了一幅经济逻辑如何通过收视率来影响电视、新闻场和整个文化生产场的图景。

历史地看，阿多诺早就指出了文化工业的商业逻辑，哈贝马斯也道出了公共领域的商业化趋向，布尔迪厄不但揭示了这个现象，更重要的是，他从社会学角度以其独特的“场”理论来分析这一现象。场是布氏社会学理论中的一个核心概念，在他看来，社会文化可以区分出不同领域，而不同领域的运作实际上就像物理学意义上的“力场”一样，是由内部和外部的各种力的作用构成的。在他的早期理论中，他更关心权力（或政治场）与其他