

现代传播艺术

一种日常生活的仪式

胡志毅 著

浙江大学出版社

我们知道日常生活是一种经验的存在，它具有惯性的、自激的作用，而仪式是通过一种陌生化的方式，使人们重新体验和感受它的存在，这样的日常生活就向我们敞开，这种艺术的原理是一致的。在日常生活中，这种仪式是通过节日庆典来实现的。

526513

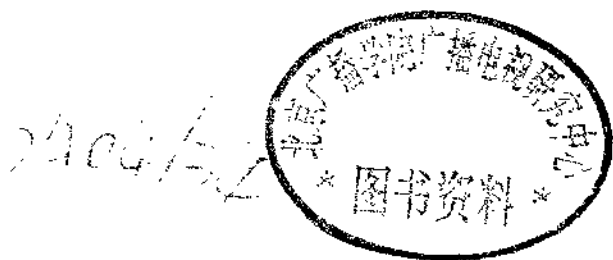


526513

现代传播艺术

——一种日常生活的仪式

胡志毅 著



浙江大学出版社

内容简介

本书是传播学与艺术学之间形成的一门交叉性、边缘性学科的专论。总体研究印刷媒介艺术和电子媒介艺术。本书提出传播艺术的样式是不同时代的产物,而以电视为主体的传播艺术是本书所探讨的重点,笔者从传播艺术的特性、源流、控制、构成、仪式、类型、叙事、形态和接受等几个方面来构筑传播艺术。实际上本书是以传播学为中心,融合了现象学、神话学、叙事学和形态学等多种方法来阐释现代传播艺术的最新尝试,研究的思路是新颖而有特色的。

现代传播艺术

——一种日常生活的仪式

胡志毅 著

责任编辑 徐宝树

*

浙江大学出版社出版

(杭州玉古路 20 号 邮政编码 310027)

浙江大学出版社电脑排版中心排版

德清第二印刷厂印刷

浙江省新华书店发行

*

开本 850×1168 1/32 印张 7.25 字数 182 千字

1997 年 7 月第 1 版 1997 年 7 月第 1 次印刷

印数 0001—2000

ISBN 7-308-01933-0/G·239 定价:10.00 元

序

田本相

志毅早就计划写一部关于电视的书，几年过去了，现在他的《现代传播艺术》放到我的面前，真有说不出的高兴。

他研究电视，可能多少受我的一点影响。本来，我是专攻中国现代文学的教学和研究的。但新时期改革开放大潮，不但改变着中国人的命运，也改变着我们的学术命运，直到学术研究的兴奋点。当初我写《电视文化学》，绝不是为了凑热闹，确是骨鲠在喉，不吐不快。

80年代初期，中国电视发展的那种不可阻挡的势头，特别是关于它的超强的传播效果以及产生的“电视冲击波”，使得许多专家都有一种惊慌，对传播的艺术部类及其卫护者，都觉得束手无策而感到生存的危机。当时，我隐隐感觉到一个新的传媒时代的到来，感受到原有的思维方式、知识结构以及传统文人岗位的内涵都发生动摇，我同样是困惑、焦灼，但也有一种兴奋和追索。我试图将电视到来的种种景观给予描述，但更想提出由此产生的种种课题，有一个根本的思路，即感到电视是一个不好驯服的工具，犹人形容的是一个“魔盒”。由电视所形成的电视文化，究竟在中国应该如何发展，路向何方？我试图给予文化的思考。今天看来，尽管相当肤浅，但就提出的理论课题来说，我看并没有更多更深刻的发展。

随着电视的发展，更随着多媒体、信息公路的发展，它将展现的是一个人类从未经验的时空，也可以是一个新的世界，既是物质的，又是精神的，它将大大推动人类自身和人类世界的神奇莫测的变化。正因此，当科技高度发展的同时，必须有其对应的文化哲学的思考的

力度和深度。只有电视的文化的把握,才是更理智更清醒的把握。否则,我们很可能被这个“魔盒”诱入迷阵之中。

我们需要对电视的微观研究,但更需要对电视的宏观的研究,我们对电视的思考需要有一个脱俗的超越。电视的世俗本性,很容易使我们的评论研究也世俗化,甚至媚俗化。我们要有为子孙后代着想的胸怀,也许这样的电视研究才能产生真正的具有启示性和开导性的理论。正因此,我觉得这本《现代传播艺术》的问世,是很有意义的,它带来对电视的紧张的思考,它不一定完全是对的,但它试图有一个理论的超越。在当今来说,对现代传播的思考,几乎就是对世界的思考,对人类的思考。如果不是从理论高度认识、诠释现代传播,单是从种种技巧,诸如画面的、解说的、编辑的技巧来归纳电视的奥妙,现在是十分不够了。

志毅这本书写得相当艰苦。电视是一个新兴的传媒,而且电视理论的研究也刚处于起步之中。正因此,我对所有从其它专业转向新兴学科而可能冒学术前途覆没危险的青年学者,是给予由衷支持的。他们很可能由于种种规定而当不上什么博士生导师,或者得不到博士点,但是,这又何妨。对于电视这样关系国家政治、经济、文化的学科,一辈子献身其研究,也是值得的。所以,我说志毅不但要写这一本,而且还要继续下去。

志毅说,他这本书是将媒介作为一种“文化文本”来研究,由于其边缘性,所以采取了与传统学科不同的切入方法,它试图用现象学和结构主义的方法来描述传播艺术的存在,揭示其结构形态,用神话学和仪式学派的方法来追索其源流,确定其仪式功能,还用叙事学和形态类型的方法来研究其模式,探讨其受众类型,这种跨学科的交叉视野,一方面使它具有旁证博引、多方切入的广阔的知识视野;一方面,也由于这种视野引出它的一些新的论点,不管你是否赞成,它总是引导你从他消化过的诸多文化的哲学的角度去诠释传播艺术,去观看电视,那么,最起码可以拓开你的思路,自然也会有你可赞成的地方。我不想一一列举此书的种种独具的创识,我想,你读到的是一本最严

肃而严谨的关于电视,关于传播艺术的学术之作。

1996年9月23日于中国艺术研究院

目 录

序(田本相).....	1
绪论.....	1
0.1 一种“可能性”的存在.....	1
0.2 一种“日常性”的存在.....	4
0.3 一种“边缘性”的存在.....	7
第1章 传播艺术的特性.....	13
1.1 传播(媒介)艺术.....	13
1.2 (传播)媒介艺术.....	17
1.3 传媒的熔合.....	21
第2章 传播艺术的源流.....	28
2.1 传播的渊源.....	28
2.2 媒介的生成.....	33
2.3 视觉的重构.....	38
第3章 传播艺术的控制.....	44
3.1 传播与控制.....	44
3.2 “奇理斯玛”.....	48
3.3 文化大众.....	53
第4章 传播艺术的构成.....	60
4.1 信息与编码.....	60
4.2 影像与符号.....	65
4.3 符号与象征.....	68
第5章 传播艺术的仪式.....	75
5.1 日常生活的仪式.....	75
5.2 现代图腾.....	80
5.3 明星神话.....	85
第6章 传播艺术的类型.....	92
6.1 功能与类型.....	92

6.2 仪式的分类	96
6.3 大众的艺术	100
第7章 传播艺术的叙事(上)	108
7.1 叙事的缘由	108
7.2 叙事与话语	113
7.3 日常的叙事	118
第8章 传播艺术的叙事(下)	123
8.1 叙事的母题	123
8.2 叙事的模式	127
8.3 叙事的策略	132
第9章 传播艺术的形态(上)	139
9.1 视听与阅读	139
9.2 视觉美学	143
9.3 “镜中自我”	147
第10章 传播艺术的形态(下)	154
10.1 时间的形态	151
10.1 空间的形态	159
10.3 时间与空间	163
第11章 传播艺术的受众	170
11.1 新型人类	170
11.2 受众类型	174
11.3 片断的体验	178
第12章 传播艺术的接受	186
12.1 他人引导	186
12.2 拟态环境	191
12.3 媒介消费	194
附录1. 成长的仪式:王彪小说的叙事方式	203
附录2. 《女儿谷》:从小说到电影的叙事转换	213
附录3. 电视剧《中国空姐》中的“女性意识”读解	218
后记	223

绪 论

艺术同存在的关系是一个重要的本体论问题,是人类的永恒话题。就像人的存在一样,艺术也是一种存在。我们只有从存在的当下处境来论述艺术,才有现实的指向意义。艺术的存在,可以从其“处境”的不同区分为不同类型的存在,例如在古典时代艺术与贵族发生关系就是一种贵族艺术,后来称之为精英艺术;艺术与民间发生关系就是一种民间艺术,而在现代,艺术与大众传播媒介发生关系的时候,就可以被视为一种大众的存在,或者称之为大众传播的艺术。我们将这种大众的存在看作是以电视为主体的传播艺术的存在。这种存在就需要我们在学术研究的视野上作出相应的拓展,即对当下的以电视为主体的传播艺术予以应有的关注。在我们这个时代,这种以电视为主体的传播艺术发生了根本性的转换,即,从人的“可能性”的存在延伸出一种媒介艺术的“可能性”的存在,而这种媒介艺术的存在是从以往“神圣性”的存在转化为一种“日常性”的存在,从一种“中心性”的存在转化为一种“边缘性”的存在。

0.1 一种“可能性”的存在

前苏联的理论家叶·魏茨曼指出,在研究视觉感知的领域,在通过各种大众传播手段感知信息领域,现象学的方法似乎可以发挥一定效果。^{〔1〕}

传播艺术的存在是以现象显现出来的,从胡塞尔的现象学的观

点来看,就是要“面向事物本身”,也就是回到认识过程的起点和客观性,去研究对象与构造对象的主观心理经历之间的独特的关联作用和关系。具体地说,即从意识的认识活动角度出发,对认识与对象之间的关系进行描述,尽量排除未经过验证的先入之见和前提,对具体经验到的现象尽可能摆脱概念前提的态度,以求尽可能忠实地描述对象。⁽²⁾我们要研究以电视为主体的传播艺术,应该将它加上括号悬置起来,对研究对象摆脱“先入为主”和“概念前提”的因袭,以求有“同情”地理解。也就是说,对传播艺术不要以原有的,或者说传统的艺术观念来加以简单的否定,而将它视之为一种“可能性”的存在。

可能性,意味着一种人的存在状态。实际上,艺术的存在是一种人的存在,从这个意义上说,艺术“学”像文学一样,也是一种“人学”。德国哲学人类学家格伦指出,人在生物意义上是“未完成”的生物、“未确定的”生物,因此,人需要解释和确定自己,需要通过活动完备和发展自己,人是在自身中感到一种天生的有着确定自己在世界中地位之需要的生物。从人的生物学领域来看,人与动物的最大区别是未特定化(unspecialization)。动物和猿在体质上要比人特定化,动物的器官适应于每一种特定的生活条件和需要,这恰同一把钥匙开一把锁一样。相反,人的器官不趋向某个特定的状况,主要是未特定化的。⁽³⁾

人的“未特定化”,决定了人必须通过使用工具(媒介),才能延伸自己的身体。确实,人类在漫长的发展过程中,从猿逐步进化为人,在这个过程中,人从学会使用火到学会使用石器、铁器,从学会使用语言、文字到学会使用活字印刷,都在时间和空间上延伸了自己的感官,就像麦克卢汉所说的,媒介是人的身体的延伸。电子媒介是人类继印刷媒介之后的又一全新的创造,而在电子媒介的家族中,电视又是继电影和广播之后的又一全新的创造,它虽然不是人的身体延伸的最末的一端(终端),但却是最初的一端。这个最新的传播媒介同样充满着新的“可能性”,即在我们这个世纪行将结束的时候,多媒体技术的出现,将为下一个世纪的媒介艺术提供全新的景观。

在任何时代,人和媒介的关系都是不确定的,只是不确定的程度不一样而已。如果说,文字和活字印刷媒介是一种前现代的产物,那么机械印刷和电影则是现代的产物,而电视和多媒体则是后现代的产物。人在不同的媒介之前扮演了不同的角色,他们之间的关系始终是不确定的。

在后现代语境中,人的不确定性是和媒介(以电视为主体的媒介)的不确定性相联系的,不确定是后现代根本特征之一。王岳川援引哈桑《后现代转折》一书指出,这一范畴具有多重衍生性含义,诸如:模糊性、间断性、异端、多元论、散漫性、反判、曲解、变形。仅变形一项就包括当今许多自我解构术语,如反创造、分解、解构、去中心、移植差异、断裂性、不连续、消失、消解定义、解神话、零散性、解合法化、反讽、断裂、无声等等。正是不确定性揭示出后现代主义的精神品格。这是一种对一切秩序和构成的消解,它永远处在一种动荡和否定的怀疑之中。因此,杰弗里·哈特曼说道:“当代批评的宗旨是不确定性的阐释学。”⁽⁴⁾

海德格尔认为,人是“存在”(existenz)。但人之存在不能够确实地加以界定,因为它是可能的存在或是一种存在的可能性。⁽⁵⁾在这里,人的不确定性转化为人的可能性,即人向世界敞开。在海德格尔看来,理解的本质是作为“此在”(dasein)的存在的理解,理解不再被看作一种认识的方法,而是“此在”的存在方式本身。海德格尔指出:“理解的循环,并非一个由随意的认识方式活动于其中的圆圈,这个词表达的乃是此在本身的生存论的先行结构。”换言之,理解不可能是客观的,不可能具有客观有效性,理解不仅是主观的,理解本身还受制于决定它的所谓“前理解”。一切解释者必须产生于一种在先的理解,解释的目的是为了达到一种新的理解,这种理解可以作为进一步解释的基础,也就是说,理解的结构以理解的“前结构”为前提。海德格尔将理解看成是人的存在方式本身,因而,理解就不是去把握一个事实,而是去理解一种存在的潜在性和可能性。在海德格尔那里,理解即在自我解蔽中敞开此在之在的最深的可能性,理解本文不再

是找出本文背后的原初意义,而是在超越中返回的去蔽运动,并敞开和揭示出本文所表征的存在的可能性。⁽⁶⁾

根据海德格尔的这种解释学理论,我们对传播艺术的理解亦可以作如是观。印刷术是人类自文字发明以来所取得的最大成就。马克思说到西方印刷术的时候,认为是文艺复兴时代最伟大的发明,雨果甚至把印刷术的发明当作是“一切革命的胚胎”。在这里,胚胎就意味着它将孕育一切,也就是充满了可能性。而电子媒介的发明更是预示着一种巨大的可能性。早在二三十年代,爱森斯坦就说道,“电影的前途是无限的。我深信我们只是刚刚接触到电影的这些可能性。”⁽⁷⁾电视,像电影一样作为一种“文化文本”(贝尔语),我们要理解它,既是非常容易的又是非常困难的,甚至可以这样说,我们每天在看电视,但是我们却无法把握电视。从某种意义上说,电视是一种典型的后现代文本,充满了意义的不确定性,同时也充满了可能性。

存在论的最主要表现特征之一是“不确定性”。王岳川指出,不确定性主要代表中心消失和本体论消失之结果,内在性则代表使人类心灵适应所有现实本身的倾向(这当然也由于中心的消失而成为可能)。在缺少本质论中心的情况下,人类可以通过一种语言来创造自己及其世界。⁽⁸⁾同时也通过一种传播艺术的语言来创造自己及其世界。

在多媒体时代,人的存在方式已经改变了。保罗生(William Paulson)谐谑地说,笛卡尔的“‘我思’(cogito)故我在”变成“我敲键盘(computo)故我在”。⁽⁹⁾在这里,“敲键盘”代替了“思”,意味着人已经从古典时代进入了后现代,传播艺术的可能性又进一步得到了延伸。

0.2 一种“日常性”的存在

胡塞尔在晚年宣称“lebenswelt”(生活世界)是哲学的对象。他断言,虽然科学知识日益进步,科学仍然感到危机,因为他们拒绝回答

生活的意义问题和生活目的问题。当代西方哲学家认为“生活世界”的问题范围是胡塞尔学说的主要理论核心和基本成就。确实,把文化与科学的发展史“放入括弧”,我们得到的便是剩下来的直接生活的世界,主观体验、目的和动机的世界,我们将得到意识本身的始源旨趣。⁽¹⁰⁾

确实,传播艺术是一种“日常性”的存在,这种“日常性”的存在和以往艺术神圣性的存在具有明显的差异。这就是传统的艺术家普遍轻视像电视这样的传播媒介的原因所在。然而,当我们注意到传播媒介的“日常性”或者作为“日常性”的传播媒介时,实际上我们已经接近了我们这个时代的某些“意向”。我们强调传播媒介是一种“日常性”的存在,实际上是在消解传统的“意识形态”关于现象与本质的差异,西方马克思主义理论家阿尔图塞对现时代的“意识形态”下了一个新的定义,他说道,“它(指意识形态 — 笔者按)是个体与他或她的现实存在条件之间的想象性关系之再现。”在阿尔图塞那里,“再现”不再是思想、信仰之类,我们头脑中所想的不再是那么重要了。如果注意个体与现实的关系,那么重点便转移到了意识形态“实践”而不是思想上。美国马克思主义文化理论家杰姆逊在对阿尔图塞的理论进行了分析以后指出,不管这种理论是否是真理,“再现论”给我们带来了无数新的课题,这就是我们从未注意到的“日常生活”。⁽¹¹⁾

中国古代的儒家特别重视日常生活,《中庸》曰:“天命之谓性,率性之谓道,修道之谓教。道也者,不可须臾离也;可离,非道也。”在这里,“中庸”的“庸”字,意思就是普通或平常。冯友兰解释道,每个人都知道天天要吃要喝。所以吃喝是人类普通而平常的活动。它们普通而平常,正由于它们重要,没有人能够没有它。人伦和道德也是如此。它们在有些人看来,简直普通而平常得没有价值。可是它们之所以如此,正由于它们重要,没有人能够离开它,吃饭,喝水,维护人伦,实行道德,都是“率性”,即遵行天性。这不是别的,就是“道”。所谓“教”不过就是“修道”。⁽¹²⁾儒家的这种重视日常生活的思想,已成为几千年来中国人的基本思想。

但是,儒家的“日常性”,是不追问“死亡”的,孔子有所谓“未知生,焉知死”,而西方的存在主义是以追问“死亡”作为前提来阐述人的“日常性”的。海德各尔在《存在与时间》中提出了“向死亡存在与比在的日常生活”的命题,他指出,“对日常平均的向死亡存在的整理工作是依循以前获得的日常状态诸结构制定方向的。在向死亡存在中此在对它本身之作为一种别具一格的能在有所作为。日常状态的自己却是常人,它是在公众的被解释状态中组建起来的,而公众的解释状态又是在闲谈中道出自身的。据此,闲谈就必定会公开出日常此在以何种方式向自己解释死亡的存在。”⁽¹³⁾

从这个意义上说,现代人更透彻地理解日常生活的意义。而以电视为主体的传播艺术更是以日常生活的存在为前提的。

古典主义艺术家往往轻视日常生活,他们推崇宫廷的礼仪和贵族的趣味,提倡艺术语言的“纯洁化”,在古典主义艺术看来,艺术是一种神圣性的存在,它与日常生活无关,或者说唯有让人们忘记日常生活的贵族沙龙艺术才是真正的艺术;现实主义艺术家则强调再现和反映普通人的日常生活,重视艺术家对日常生活的观察和体验,认为艺术的美就在日常生活之中。而后现代主义则宣布自己已从过去那种特定的“文化圈层”中扩展出来,打破了艺术与生活的界限,文化彻底置入了人们的日常生活,并成为众多消费品中的一类。⁽¹⁴⁾

将艺术从一种“神圣性”的存在转化为一种“日常性”的存在,是一种历史性的转换,在这里,传播媒介起着关键性的作用。从某种意义上说,古典主义是文字和活字印刷阶段的产物,他们往往将前工业时代的传统社会诗意化,他们特别欣赏手工作坊式的劳动和田园化的生活,由于宗教的存在而使艺术显示出神圣的价值,从而排斥日常性;现实主义是机械复制阶段的产物,他们正视日常性的存在,对于工业革命导致的社会裂变有着深刻的洞悉,因而在艺术精神上具有强烈的主体性和批判性;而后现代主义,则是电视和多媒体阶段的产物,对于传统社会和现代社会具有多种消解作用,人沦落为日常性的等同物而无可奈何。

确实,神圣性是随着传播媒介的发展而逐步退隐,而日常性是随着大众传播媒介的发展而显现出来的。

传播媒介一旦进入机械复制的阶段,就显示出其日常性的功能来了。作为大众媒介开端的大众报纸(日报)就是以最日常化的形态出现的,后来广播和电视节目的安排也是以日常化为前提的,我们为什么称报纸和广播、电视为传播媒介的三大媒体,主要是因为它是每天出版和播出来显示其日常化的。杂志、书籍和电影,虽然不像报纸、广播和电视那样“日常化”,但也渗透在人们的日常生活之中。

斯坦利·卡维尔说,电影的重要性是不言而喻的,能够不言而喻——这是我提请读者注意的第一个事实,这是(或过去是)有关电影的一个与众不同的事实。⁽¹⁵⁾而现在我们可以说电视的重要性也是不言而喻的。确实,在所有的媒介中,电视在日常生活中的重要性似乎更能说明传播媒介的日常性。美国传播学家 S. L. R. 威尔逊 (Stan Le Roy Wilson) 指出,电影不仅是一种娱乐形式,而且也是一种生活方式。人们去看电影就像今天晚上坐在家里看电视一样。⁽¹⁶⁾日本传播学者藤竹晓说,对日本人来说,电视机并非仅仅是闲暇用品,而是生活合理化的象征,是第一级的生活必需品。这种情况,即使是在现时代也不会改变。如上所说,对日本人来说,电视机是日常生活中必不可少的第一用品。⁽¹⁷⁾在中国,电视现在已经是仅次于衣食住行之外的“第五需求”。目前中国已有两亿八千万台电视机,九亿多电视观众,人均每天看电视三小时。如果哪一天电视的正常播出发生了问题,那一定发生了非常性的事件。

0.3 一种“边缘性”的存在

杰姆逊引用法国哲学家德鲁兹符码化的理论来分析社会的发展,他指出,蒙昧的时代,是一个符码化的时代,社会围绕着一个中心而组成,形成了一位中心的独裁者。这个神圣的中心依靠一组像牧

师、教士那样的人来解释经文,而这种经文往往是用外文写的,这个现象在世界各地都存在,也正是经文这种对大众来说不可能直接接触的特性确保了教士也即知识界的地位,他们垄断了对经文的解释,垄断了语言,这也是一种形式的权力。而18世纪的启蒙运动就是使宗教和一切神圣的东西解符码化,是以对宗教的批评为起始的。德语中用来表达解符码化这个意思的字十分有趣(马克斯·韦伯用过这个字),*entzauberung*,意即神秘和神圣性的消失,也即非神圣化(*desacralization*)。世界失去了其魔力和神圣性,现在的空间并不是一个中心化的空间,而是几何形式、栅格化的空间。⁽¹⁸⁾

在这里,“几何形式”和“栅格化”的空间就是一种“边缘化”的空间,或者说是一种“边缘性”的存在。杰姆逊为我们非常清晰地勾划了一幅从符码化向解符码化转化的图景,即中心性向边缘性转化的图景。

国内有的学者指出,中心思维表现为自我中心论的结果,自我中心论即以主体自身的极限为认识世界的最终标准,它在坚信中心思维是认识世界唯一有效的手段时,拒绝承认自我中心以外任何把握世界的视界和方式,它在黑格尔的理性哲学中达到了无以复加的地步。然而,20世纪的哲学和文化日益显示了与自我中心论的背离,同时,也确立了以边缘思维观察及理解世界的合法性。当边缘思维揭示了被中心思维掩盖的另外一种真实时,绝对的知识及绝对的真理显示了其虚幻的性质,边缘对中心的超越注定会有建设性的成果,这些成果既体现在社会学及传播学中,也体现在美学和艺术领域中。⁽¹⁹⁾

从“中心性”向“边缘性”的转换,从表面来看是一种思维模式的变化,但是实际上是一种存在方式的变化。它意味着传统社会向现代社会的一种实质性的变迁,在这中间,传播媒介起着关键性的作用。在文字和活字印刷阶段,只有少数人才拥有对文字的控制权,所以艺术经典就成为古典主义所维护的中心,而这种中心往往是和权力的中心相一致的;而到了机械印刷阶段,由于艺术经典可以大量复制,所以就逐渐为多数人所拥有,中心也就逐步消失了;而到了电视和多

媒体时代,地球已经变成麦克卢汉所说的“地球村”,艺术成为大众的消费品,所以也就无所谓中心,同时由于艺术界限的模糊,因而彻底地边缘化了。

这种“边缘性”的存在实际上形成了一种“涣散感”的状态,丹尼尔·贝尔指出,“造成涣散感的不仅仅是五花八门令人眼花缭乱的文化领地(以及严肃的、半生不熟的、业余的文化实践者的剧增),而且还因为缺乏一个既提供权威又提供地点的(地理上和精神上的)中心。”⁽²⁰⁾

在这种状态下,已经不仅仅是“一个世界,多种声音”,而是类似于巴赫金所说的,“多音齐鸣”或者“众声喧嚣”了。

美国学者库利发现,要使自己毕生对艺术的忠诚和自己对现代传播的信念相互协调是非常困难的。1927年他写道:“我对艺术理念的热爱,超过对艺术的任何一种或其全部形式的热爱。”他以自己的新古典主义美学理想赞美表达了理想的艺术,并痛苦地意识到他所看到的当代文学和艺术的弱点。“换句话说,这是个吵闹的时代。报纸、广告、对意见的坚持,造成一种喧闹的后果,于是人们认为要让别人听到自己就必须提高自己的声音,这样,上帝的声音就很难听到了。”库利承认,尽管新兴的大众文化不能包括艺术的最高形式,但它仍然满足了人们的迫切的需要。“一本畅销书或是一部电影,迎合着成百万人肤浅和缺乏教养的情感,它不是我们寻求的艺术,虽然它比没有强。”⁽²¹⁾

后现代主义将电视看作是一种“文化产业”,从纯粹的艺术立场来看,我们往往会对此持批评态度。法兰克福学派认为大众文化是文化工业的产物。电视是继电影之后的最重要的“文化产业”。他们采用“自主艺术”、“真实艺术”这些高级文化与作为“自发的文化”的大众文化相抗衡。杰姆逊指出,电影在现代生活中和文学的地位是有相似之处的,而且电影集中体现了“文化工业”的特征,因此电影其实也是一种“文化文本”,是和莎士比亚、艾略特同样重要的文化现象。我们同样可以据此认为电视不仅是一种“文化工业”,而且也是一种“文