

影视艺术研究丛书 汪振城 主编

R

elations between TV Media Culture
and Postmodernism Thoughts

电视媒介文化 与后现代主义思潮

朱晓军 著

中国广播电视出版社
CHINA RADIO & TELEVISION PUBLISHING HOUSE

【影视艺术研究丛书】汪振城 主编

Relations between TV Media Culture
and Postmodernism Thoughts

电视媒介文化 与后现代主义思潮

朱晓军 著

中国  广播电视出版社
CHINA RADIO & TELEVISION PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

电视媒介文化与后现代主义思潮/朱晓军著. —北京:
中国广播电视出版社, 2009. 5

(影视艺术研究丛书/汪振城主编)

ISBN 978 - 7 - 5043 - 5811 - 0

I. 电… II. 朱… III. 电视—传播媒介—文化—研究
IV. G22

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 081326 号

电视媒介文化与后现代主义思潮

朱晓军 著

责任编辑 周然毅

封面设计 亚里斯

责任校对 张 哲

出版发行 中国广播电视出版社

电 话 010 - 86093580 010 - 86093583

社 址 北京市西城区真武庙二条 9 号

邮 编 100045

网 址 www. crtp. com. cn

电子信箱 crtp8@ sina. com

经 销 全国各地新华书店

印 刷 涿州市京南印刷厂

开 本 710 毫米 × 1000 毫米 1/16

字 数 253 (千) 字

印 张 16. 5

版 次 2009 年 5 月第 1 版 2009 年 5 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978 - 7 - 5043 - 5811 - 0

定 价 33. 00 元

(版权所有 翻印必究 · 印装有误 负责调换)

影视艺术研究丛书编委会

顾 问 彭少健 项仲平

主 编 汪振城

副主编 李晋林 吴 毅 魏 珑
胡晓阳 卢 炜

聪之知远，明以察微

——影视艺术研究丛书总序

《史记·五帝纪》中如是说：“聪之知远，明以察微。”意思为听觉灵敏的人能听得远，视力好的人能看到微小的东西。大家知道，影视艺术是20世纪以来发展最为迅速的年轻艺术样式，它既是现代科技和工业的产物，也是人类艺术发展演变的结晶，随着它的蓬勃发展，影视艺术研究就成了当今学术研究的重要领域。因此，对研究者来说，如何做到耳聪目明，既要仰观宇宙之大，又能俯察秋毫之末。显然，这是我们每个影视艺术研究者所必须要思考的问题。

1

众所周知，电影于1895年在西方诞生后，很快就传入中国，1905年中国就拍出了戏曲片《定军山》。20世纪三四十年代，中国电影迎来了电影史上第一个高潮，80年代以后，中国电影又焕发出新的生机，赢得世界电影界的关注。90年代以来，随着社会经济的转型和文化艺术产业化的提出，以及经济全球化的发展，中国电影走过了一条艰难而又蓬勃发展的世纪之路。至于电视，1958年，北京电视台（即现在的中央电视台）正式成立，标志着中国电视的创生，从那个时候起，发展至今，从世界范围来看，中国无论是电视台的数量、电视覆盖率，还是电视机的拥有量，都已成为名副其实的电视第一大国。现在，电视已成为大众日常生活中非常重要的信息传播和娱乐形式。

随着影视艺术实践的日益发展，20世纪90年代以来，影视工作者（包括许多学者）对影视艺术的理论研究也在不断加强，影视研究早已成为我国学术界一个重要领域，取得了丰硕的成果。通过对这些成果的初步梳理，我们不难发现，它们主要有这么几大类：一是影视实践一线人员写的论文和著作，二是高校教师为配合影视传媒教育而编著的大量教材，三是一些科研院所和高校相关专业的硕士、博士研究生和教师等专家学者写的论文和著作。显然，这些成

序



果与以往相比，无论是数量还是质量上都有了显著的提高。但工作经验性总结多，学理性的系统研究较少；实用性技术类的教材及经验杂谈式的东西多，理论性的深度探究较少；对西方研究成果的介绍以及对影视产业之运作策划较多，结合本土文化艺术美学的优秀传统来研究影视艺术美学之基础理论的较少。影视艺术理论的这一状况与当下中国日益蓬勃的影视艺术生产以及作为经济大国的强劲崛起都是不相适应的。

值得一提的是，建校三十多年而崛起于本世纪初的浙江传媒学院近10年来汇集了大量来自海内外的影视创作（制作）及研究人才，其中作为该校二级学院的影视艺术学院就有专职教授十余名，副教授近20名，博士25名，可谓群英荟萃。为了进一步提升办学层次和品牌，增加软实力，同时受到这些专家学者长期以来刻苦钻研、锐意进取、严谨治学精神之感动，我们策划出版这套影视艺术研究丛书，承蒙中国广播电视出版社的厚爱，承蒙浙江传媒学院领导的支持以及影视艺术学院的学者们垂青，本丛书今天得以顺利问世，我们在此深表感谢！我们计划在三年中推出专著约20本，对我们来说，这些成果既是本学院学者们前一阶段潜心研究的回顾与总结，也是我们今后发展的新的起点。它们在形式上主要有两部分：一部分是我们这些来自海内外的博士们毕业论文修改后的论著，另一部分是本院教师的新著。

唐朝韩愈《进学篇》中曰：“焚膏油以继晷，恒兀兀以穷年。”论著的出版都凝聚着研究者多年冷板凳的清苦和知识分子的操守。影视艺术文化的红红火火与研究者的平淡恬然形成冰火两重天的反差，但我们知命，认命，识微知彰，秉烛前行，希冀以有限的光来照亮别人，照亮我们这个时代的影视艺术事业。

丛书编委会

2009年春于浙江传媒学院影视艺术学院

导 论

- 一、电视研究的理论困境
- 二、国内电视研究的现状
- 三、电视研究的新思维

1
3
20
24

第一章 后现代话语与电视

第一节 描述后现代

- 一、界定后现代：怎么都行 (everything goes)?
- 二、现代性与后现代性
- 三、中国后现代话语

第二节 电视与后现代社会的兴起

第三节 电视：后现代主义的典范?

38
38
38
43
51
55
62

第二章 “看”的方式与电视形象流

第一节 视觉中心主义 (ocularcentrism)

- 一、高贵的视觉
- 二、可见的与不可见的
- 三、视觉机器

第二节 电视与图像转向

- 一、图像转向
- 二、反思“视觉性”

第三节 “看”电视：瞥视与流观

- 一、电视之眼
- 二、电视形象流的听觉性
- 三、形象流的非文本性

69
69
69
75
79
86
86
92
98
98
106
112

第三章 电视形象流与时空重组	123
第一节 传播媒介与时空压缩	123
一、空间的时间化	123
二、时间的空间化	131
三、时空压缩与后现代状态	139
第二节 感知方式嬗变的社会轨迹与后现代转向	151
一、不在乎天长地久	152
二、生活在别处	162
三、怀着乡愁，寻找家园	170
第三节 场景融合：电视对社会行为的影响	178
一、青春文化——儿童的成人化和成人的儿童化	183
二、“伟人”的黄昏：私人领域的公共化和公共领域的私人化	191
三、20 世纪 60 年代人/当代中国“80 后现象”：电视与后现代主义的缘起	201
 第四章 从主体到身体：电视形象流与后现代审美文化	 210
第一节 后现代主体：漫游者（浪荡子）	210
一、现代主体的分裂	210
二、电视形象流与后现代主体	216
第二节 电视、身体与美学	222
一、电视与身体的回归	222
二、身体成为艺术品	226
三、身体美学与身体反美学	232
 参考文献	 243
 后 记	 254

导 论

“后现代”这一论题，自 20 世纪 80 年代始，成为西方学界争议的中心。当代西方不同学科领域的学者纷纷卷入其中，最有名的当属法国的利奥塔与德国的哈贝马斯之间的争论，美国的贝尔、罗蒂，法国的鲍德里亚、英国的鲍曼等大师级学者也直接或间接地参与或对此争论有所回应。抛开人们加之于“后现代”的毁誉褒贬不论，这一思潮已经波及并正在渗透几乎每一个人文社会科学领域，则是不争的事实。而在我国，有关后现代的讨论也延续了二十余年，至今热度未见衰减——不包括专著，各类学术期刊上与“后现代”相关的论文每年至少数以千计。

后现代现象的出现，与社会经济的结构变迁有着十分密切的关联。相当多的理论家把它看作是后工业社会或者消费社会在文化领域的对应物。而电视的发明则是后工业社会的一个标志性事件，以至于人们把 20 世纪后半叶命名为“电视时代”。丹尼尔·贝尔在《后工业社会的来临》一书中所描绘的“后工业社会”，阿尔文·托夫勒揭示的“第三次浪潮”，鲍德里亚在《消费社会》中所剖析的“消费社会”，以及雷蒙德·威廉斯描述过的“戏剧化社会”，等等，与电视的大规模普及恰恰同时而生，这是一个十分耐人寻味的现象。正因为此，电视与后现代文化的关系就引起了学者们的广泛关注。尽管在有关后现代主义、后现代文化与后现代社会的论著中，对于电视媒介文化所体现出的后现代特征，通常都会有所涉及，但是，紧紧围绕电视与后现代主义之间的关系，全方位、多角度、比较透彻的综合研究却并不多见，尤其是电视媒介文化



对后现代主义的建构作用，迄今鲜有揭橥。

本书主要从麦克卢汉的传播理论和英国文化研究的既有电视研究成果入手，运用现象学的方法，参照后结构主义思想家德里达、福柯以及德国哲学家哈贝马斯和法国哲学家利奥塔的相关论述，充分吸收后现代社会学家鲍德里亚和鲍曼的社会学分析，从电视介入日常生活的语境，考察在电视这一影响最为强大的视觉机器的主导下，人们“看”的方式的变迁与后现代社会和后现代（审美）文化的兴起之间的复杂纠葛。具体而言，通过从威廉斯等人的电视研究中提炼出一个描述性的术语“形象流”来概括电视媒介文化的主要特征，结合麦克卢汉关于媒介改变人们的感知方式并进而导致社会文化的整体变迁这一视角，着重分析电视形象流对人们“看的方式”由现代性的“凝视”到后现代性的“流观”转变和随之而来的“图像转向”的决定性作用，以及电视形象流导致的“时空压缩”的体验的论证，借以突破经验主义传播学的媒介内容影响效果研究、法兰克福学派文化精英主义媒介批判和文化研究的媒介“文化政治”各自的藩篱，深入剖析电视媒介文化与“流动的現代性”（鲍曼）即后现代性之间的内在关联，从而在现有的三大传播研究路向之外另辟蹊径，依托历史的框架，在一个宏观的文化视野中揭示“媒介影响的动力学”（麦克卢汉）。质言之，电视形象流不仅仅是后现代主义的表征，更是对后现代主义的一种建构，电视的普及对后现代主义的兴起具有至关重要的推动作用。以上述认知为基础，本书对学术界莫衷一是的后现代主义的起源问题提供了一个媒体视角的解答。而电视形象流作为一个融合不同社会场景的共享信息系统，对人们的社会行为变迁也具有不容忽视的影响。青春文化的流行和公共领域与私人领域之间的界限日渐模糊就是这种影响的显著例证。这些现象也被一些理论家纳入后现代文化这一宽泛的范畴之中。作为首批电视机前长大的一代，美国和欧洲的1968“反文化”一代和中国当前备受社会关注的“80后”一代，他们的思想观念和行为方式，直接受到电视机的熏陶。本论题是以他们为个案的研究，为上述文化变迁的观点提供了有力的佐证。

此外，电视形象流的冲击，直接导致了当代文学的生存危机；而对于国内文艺学领域目前争论热烈的“身体美学”以及与之相关的“日常生活审美化”等前沿问题，由于国外学术界一般都把它们归为后现代文化的组成部分，因此，与当前国内学界的切入点不同，本书沿用电视形象流作为一种“信息方

式”的结构性力量的观点，从主体与媒介的关系着眼，探讨了形象流的感知（体验）方式与后现代审美文化的缘起，并进而证明了建立“身体美学”的不可能性。

一、电视研究的理论困境

如果从20世纪20年代末电视技术的试验播出算起，电视这个神奇的魔盒，经过将近80年的发展，已经成为人类生活不可缺少的伴侣，因此也成为历史学家眼中领一代风气的主角，以至于有人把刚刚过去的20世纪命名为“电视的时代”。

时至今日，看电视无疑已经是全世界最为普遍的休闲活动。无论在北美还是南部非洲，在西欧还是东亚，绝大多数国家的家庭在新居装修和布置时，都要首先考虑把居室空间中最引人注目的位置留给电视。这样的位置被电视占据以前，在那些漫长的传统年代，按照某些民族古老的习俗，往往是安置神龛的处所。而在一些经济发达的国家和地区，拥有两台甚至更多电视机的家庭也不在少数。“美国目前拥有电视机的人口数（或户数）几乎与其总人口数（或总户数）相等，电视机拥有率和电视覆盖率近乎百分百，不少家庭还拥有两台以上的电视机，因此遇到重大事件报道时，电视观众几乎是全民的总数。”^① 在中国，央视市场研究公司的调查显示：到2003年，全国平均电视普及率达到98.2%，拥有两台以上电视机家庭的比例达24.2%。^② “在英国，约有94%的家庭拥有至少一台彩色电视机。英国人平均每周收看25小时以上的电视节目，而且平均每天约有80%的人都会打开电视机。……全世界的广告商每年要向电视台投入数十亿英镑的广告费，而在每一次军事政变中首要的行动就是攻占电视台，从这些现象可以看出电视遍及全球的巨大影响力。”^③ 以至于有人说：“对于大多数人来说，世界仅有两个地方——他们的住处以及他们的电视机的摆放处。”^④

电视是如此不可或缺，如此无所不在，英国电视理论家大卫·麦克奎恩在

① 苗棣等：《中美电视艺术比较》，文化艺术出版社2005年版，229页。

② 王栏柱主编：《2003中国电视收视年鉴》，第1页，转引自《中美电视艺术比较》230页。

③ [英] 大卫·麦克奎恩：《理解电视》，苗棣、赵长军、李黎丹译，华夏出版社2003年版，3页。

④ [英] 戴维·莫利：《电视、受众与文化研究》，史安斌主译，新华出版社2005年版，318页。



《理解电视》中说,“在某种意义上甚至我们对它都已熟视无睹,从批判的角度去理解它的重要性是具有意义的。然而,与其为研究电视的重要性而辩论不休,不如换个角度去思考问题:电视在当代社会已经如此重要,我们怎能不去研究它?!”^① 研究电视另一个也许更为迫切的理由,就是迄今为止,尽管我们已经离不开电视,但人们似乎没怎么学会更好地使用它。作为大众文化的主要载体,电视招致的非议和贬斥远远多于它赢得的赞誉,种种恶评自从它在社会上普及之日起,就已经不绝于耳,现在更有变本加厉之势。早在电视开始成为“大众传媒”的20世纪60年代初,肯尼迪总统执政伊始就任命的联邦通讯委员会主席牛顿·迈诺这样说道:

在电视产生坏结果时,再没有比这更糟的事了。我请你们坐在电视机前,在电视播出时,你们不要拿一本书、一本杂志、一份报纸、一张利润或亏损表格来分散你们的注意力——用你们的眼睛一直盯住电视,直到播送结束。我敢向你们保证,你们将观察到一大片未开垦的荒地。你们将会看到一系列的游戏节目、暴力节目、完全不能令人相信的家庭公式化喜剧、流血和雷声、故意害人、残暴色情狂、凶杀、西部好人和坏人、私人侦探、匪徒、更多的暴力、动画片,还有没完没了的广告节目——许多都是尖声大叫、哄骗、犯罪,令人厌烦。真的,如果你们认为我言过其实,你们不妨自己试一下。^②

迄今为止,类似的评论,恐怕在很多国家的媒体上都能很容易地找到。正如传播学的集大成者施拉姆所言:“所有电视都是教育电视,唯一的差别是它在教什么。”^③ 施拉姆还曾说过,电视是20世纪最伟大之科学发明,但究竟我们是否能享受到它的好处,主要决定在我们“运用”它的智慧,是否能与“发明它的智慧并驾齐驱”。^④ 现在看来,很难说我们已经找到或拥有了这样的智慧。这取决于我们的研究水平——没有研究必然缺乏了解,缺乏了解当然就不

① [英] 大卫·麦克奎恩:《理解电视》,苗隼、赵长军、李黎丹译,华夏出版社2003年版,5页。

② [美] 埃里克·巴尔诺:《美国广播电视简史》,王银桩、赵淑萍编译,北京广播学院新闻系(内部发行),145-146页。

③ [美] 威尔伯·施拉姆、威廉·波特:《传播学概论》,陈亮等译,新华出版社1984年版,281页。

④ 转引自李瞻著《电视》,允晨新闻传播丛书,允晨文化实业股份有限公司,台北,1984年版,173页。

具备智慧。然而，生活中最简单、最让人不假思索的事物和现象，一旦把它作为研究对象，常常是最复杂、最困难的。缺乏必要的距离，往往就不能看得清楚。如果要研究电视，那么，如同社会学巨擘布尔迪厄谈及社会科学方法论时所言：“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，并用实践的方式来证明，有可能充分彻底地将客体以及主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 布尔迪厄尽管是针对“一个学术性制度机构，它的本质是什么，又是如何运作的”两种情况而言的，却揭示了所有人文社会科学（研究者往往也是参与者）的研究常规。但是，鉴于电视自身的特性，使其“陌生化”、对象化绝非易事，这是电视研究面临的难度之一。

除此而外，香港电视学者马杰伟着意提到大众传媒的另一个特点，“大众传媒有一种二元性，它是物质（material）和论述（discursive）的、经济（economic）和象征性（symbolic）的，也是工业（industrial）和文化（cultural）的，两种面向互为因果，不能分割。可惜，很少学者同时承认这两个面向，只集中研究其中一方，往往就忽视了另一方面的重要性。这就如 Murdock（1989a）所说，媒介研究常出现一个断层，把媒介的二元性分家，这可谓是两个传统学派互不往来，甚至是同行相轻的不良后果。”^② 这个理由的确不容忽视，恰恰与电影研究的情况如出一辙——根据美国电影史家罗伯特·艾伦和道格拉斯·戈梅里的《电影史：理论和实践》中的说法，电影史至少可以分为四种：1. 美学电影史，把电影看作艺术；2. 技术电影史——把电影看作发明和设计；3. 经济电影史——把电影看作工业；4. 社会电影史——把电影看作观众的价值观念，愿望和担忧。很显然，人们的关注点更多地放在了美学电影史这一块，而作为基础的技术层面则往往被忽视了。^③ 如今，人们对电视的关注，似乎也更多地集中在了美学层面。然而，正是把电视和电影这么不经意地联系起来，引发了长期令笔者困惑不已的一个大问题：它们同为影像形式的大众媒

① 布尔迪厄等：《实践与反思》，中央编译出版社1998年版，99页。

② 马杰伟：《电视文化理论》，扬智文化事业股份有限公司（台北），1998年10月，5页。

③ [美] 罗伯特·艾伦、道格拉斯·戈梅里：《电影史：理论与实践》，李迅译，中国电影出版社1997年版，147页。



介，早期同样饱受社会上的正人君子与文化界的博雅之士的痛斥，两者的遭际却是如此不同，电影的观众正在减少，学术地位却有蒸蒸日上之势；电视在每一个家庭里登堂入室，但无论在学术界还是在坊间，相对而言，人们对电视的指责似乎多于积极的正面评价。

众所周知，在 20 世纪 50 年代电视把许多观众从电影那里夺走，人们惊呼电影行将消亡之际，电影反而正在学术圈里咸鱼翻身、高歌猛进。巴赞推出了他的“长镜头”理论，会同此前被爱森斯坦定型的“蒙太奇”手法，电影有了自己的“语言”和“语法”，这又吸引了随后风靡全球的符号学理论的垂青，欧美高校竞相设立电影研究的学位课程和教职；一系列的电影被挑选出来构成了令人敬畏的经典之作；一大批导演也登堂入室步入了令人敬仰的文化名人堂；电影学、电影美学、电影史这些前所未有的学科应运而生。所谓的“艺术电影”，通过与“商业电影”划清界限，轻轻松松地洗去了身上最后一点污泥，卓立于大众文化浑浊的水面，摇曳着高雅的身姿。而仅仅晚生三十余年的电视，尽管无孔不入，威风八面，却只能在那一汪浊水中兴风作浪——比起鼎鼎大名的斯皮尔伯格、塔尔科夫斯基、张艺谋来，有几个电视导演的名字能够被人记起？难道仅仅是因为电视制作集体性太强，无法归于某一个“作者”名下，所以“个性”、“独创”、“天才”等这些伟大的词汇就与之无缘？还是电视内容太过庞杂，根本就不成其为一部“作品”？为什么与令人起敬的“艺术电影”相比，“艺术电视”这个词会显得如此别扭、滑稽？提出这样的问题可能很荒唐，但是给一个清楚明了、令人信服的答案却很难。为了更好地了解电视，顺便也试着给这些似乎不着边际的问题寻找答案，我们必须先检讨一番现有的电视研究方法，它们主要汇集在以媒介为主导取向的传播研究（Communication Studies）传统和以文化为主导取向的文化研究（Culture Studies）领域中。

（一）传播学与电视研究

A. 经验学派

人类作为一个“类”的存在，离不开传播活动。没有传播，群体性的社会生活根本无从谈起，可以说传播的历史和人类的历史一样悠久。中西的古代先哲们关于传播的思考很早就开始了，但是把传播行为作为一门学问，却是在第一次世界大战前后，随着战争宣传的需要和报纸的大众化以及电影、收音机的流行才开始的。这些大众传媒，特别是电影和收音机这样新兴的电子媒介，对

当时的接触者产生了令人震撼的冲击，显示出十分强大的影响力。人们觉得它们就像“魔术子弹”或“皮下注射”一样，将它们所负载的内容渗透进接收者的心灵之中，让人无法抗拒，具有立竿见影地控制和改变人们意愿的感染效果。纳粹借助宣传机器的威力攫取德国的政权就是一个活生生的典型。另外一个常被引用的例子是1938年10月30日，美国著名广播播音员奥森·韦尔斯（后来成为著名的电影人，导演了名作《公民凯恩》）播出自英国著名科幻作家威尔斯的小说《星球之战》改编的广播剧《火星人入侵》。这部广播剧运用了一种不同寻常的纪实风格，很多人错过了节目开始的提示——听众下面将要听到的是一个虚构的故事。据一些人证实，这引起了大面积的恐慌，有人声称见到了“异物”，甚至有报道说有人遭到了外星入侵者的强暴：“早在广播结束之前，美国各处的人们都在祈祷、哭泣，惊慌失措地逃窜，以使自己从外星人的恐怖中逃生。一些人慌忙跑去营救所爱之人，其他人则打电话表示告别或提醒警示，或匆忙告诉邻居，或力图从报纸或广播电台中找到相关消息，或召唤救护车或警车。至少600万人听到这个广播节目。他们中至少有100万人受到惊吓或扰乱。”^①

“魔弹论”和“皮下注射论”因此得到了令人印象深刻的验证。作为媒介思想的发轫，尽管这两种观点在传播研究中早就因其似是而非被人们抛弃了，但作为一种先导，这种关注媒介影响和效果的倾向却成为传播学经验学派理论研究的主导范式。传播学奠基人哈罗德·拉斯韦尔1940年代提出的下面这段话，一直被奉为金科玉律：

说明传播行为有一个简便的方法，就是回答下列问题：谁？说什么？通过什么渠道？向谁？有什么效果？对传播过程的研究，一般集中于其中一个问题，探讨的是激发和引导传播行为的诸因素，我们称这一研究分支为“控制分析”；集中研究“说什么”的专家则进行“内容分析”；主要探究广播、报刊、电影及其他传播渠道，是从事“媒介分析”；如果主要研究的是大众媒介的传播对象，我们称之为“受众分析”；如果研究的是对受众的影响，那么就是效果分析。^②

① [英] 大卫·麦克奎恩：《理解电视》，苗棣、赵长军、李黎丹译，华夏出版社2003年版，172页。

② 拉斯韦尔：《社会传播的结构和功能》，引自张国良主编《20世纪传播学经典文本》，复旦大学出版社2003年版，199页。



这就是在传播学研究中影响深远的 5W (Who, Says what, In which channel, To whom, With what effect) 模式, 在同一篇文章中, 拉斯韦尔还提出了传播的三大功能, 即: 1. 监视环境; 2. 使社会各部分在对环境作出反应时相互关联; 3. 使社会遗产代代相传。这些富有洞察力的创见搭建了传播学的学科框架, 已经成为传播学知识的入门常识。在此基础上, 传播学逐渐发展出一套可行的研究方法, 主要有控制实验法、问卷调查法、统计分析法三种。尽管后来著名的“两级传播论”、“把关人论”、“议程设置论”、“培养理论”、“沉默螺旋论”、“创新扩散论”、“使用与满足论”等等各有侧重, 各有发明, 但大都是建立在经验主义和实证主义哲学之上, 以认知—行为主义心理学为参照, 运用数据和归纳进行定量分析, 以寻求信息与态度、行为变化之间的相关性为旨归——正因为此, 这一学派被人们习惯性地称为传播学的经验学派, 同时也因为这一学派的学者多承接国家或大公司、大机构的课题, 研究领域集中在媒介劝服与竞选投票、媒体与暴力、媒介与儿童、媒介与社会发展等领域, 也被称为行政管理学派。经验主义学派是传播学研究的主流和正宗, 提起“传播学”, 如果不加说明, 一般指的就是这一学派。

电视不是经验主义传播学重点关注对象。在这个领域, 经验主义学派留给我们的成果主要是规模庞大、历时数年的电视暴力 (尤其是儿童与电视暴力研究)。因为涉及一个全世界都会关心的话题, 有关儿童与电视暴力的研究几乎吸引了每个国家的传播学家, 已经累积了极为浩繁可观的文献成果, 而且相关的论著无疑还会继续不断地添加。当然, 这一研究是从美国开始的。1960 年代的美国, 是一个充满了动荡和暴力的时代, 也是电视成为主流传播媒介的年代, 充斥银屏的暴力内容, 使人们自然而然地将两种暴力联系在一起。在此背景下, 乔治·格伯拉等人接受美国国家卫生局的委托, 历时 12 年, 统计分析了美国三大电视网 (ABC、NBC、CBS) 自 1967—1978 年间播出的 1548 部电视剧。结果表明, 80% 的节目有暴力内容, 而在任何一年里, 普通人在日常生活里卷入暴力行为的可能性则不到 1%, 这项侧重“内容分析”的研究报告没有能发现电视暴力与现实暴力之间明显的因果关系。主要的收获是形成了电视能够影响和强化观众既有世界观的“培养理论”(涵化) 理论。^① 20 世纪 70 年

① 张国良主编《新闻媒介与社会》, 上海人民出版社 2001 年版, 84 页。

代一项由美国国家卫生局电视与社会科学委员会资助的另一项总题为《电视与行为》的研究报告,关于儿童与电视暴力的观点是:“颇为集中、客观的证据显示,在观看暴力和儿童的攻击性之间,存在着短期的因果关系……在实地调查中很少有明显的证据……某些长期的攻击性行为、倾向发生在观看暴力节目之后”,最后的结论也是非常审慎的,“任何关于电视暴力诱发攻击行为的结论,仅适用于那些原本就有某种倾向的儿童。”^①

在英国,就同样的问题,“有关媒介影响的研究项目超过 1000 种以上,涉及心理学、精神病学和社会学等各个领域,这使它成为大众传播中研究最多的课题之一。但关于屏幕上的暴力是否催生出现实生活中的暴力和犯罪这个问题,显然还没有得出有力的结论。与流行的观念相反,根据对每小时中暴力行为的检测,今天英国电视上的暴力内容还不到 20 世纪 40 年代或 60 年代的一半。事实上,自‘二战’以来,由于运用了这种检测方式(一种新的测量电视暴力的技术——引者注),‘暴力统计数据’已稳步下降。在黄金时间阶段的电视剧里,暴力行为数量最高的国家是德国(每小时 8.6 个),比英国的暴力行为(2.5 个)多 3 倍。奇怪的是,同美国每小时有 5.5 个暴力行为相比,有 7 个暴力行为的日本竟被视为是世界上最安全的国家之一。”^② 另外一些实验性研究也得出了这样的结论:“即使那些显示出观看暴力性内容与暴力行为有相关性的研究,也很难说明是由于有暴力倾向的人们比他人更喜欢选择电视上的暴力内容,还是由于他们收看暴力内容的习惯最终导致了暴力的行为”^③。最后,英国电视理论家大卫·麦克奎恩对于这种“影响研究”,颇有些无奈地总结道:“因此,我们似乎有理由得出这样的结论,就像布拉汉姆所说的,‘关于某些问题的某些信息,引起某些人的注意,在某些情况下,产生某些影响’,自 1948 年的研究发现以来,这并没有取得多少进展。然而,正如里维斯所评论的,这也许是由于影响研究者的调查方法有其局限,而不是由于电视缺少影响力。”^④ 甚至在如何定义“暴力”上,也没有一致的看法,给人的印象是,有多少种关

① 陈龙:《在媒介和大众之间:电视文化论》,学林出版社 2001 年版,164 页。

② [英]大卫·麦克奎恩:《理解电视》,苗隼、赵长军、李黎丹译,华夏出版社 2003 年版,176 - 177 页。

③ 同上书,176 页。

④ 同上书,181 页。