

媒介事件的界说： 大众传播的盛大节日

Defining Media Events: High Holidays of Mass Communication

本书讲的是对电视的节日性收看，即是关于那些令国人乃至世人屏息驻足的电视直播的历史事件——主要是国家级的事件。这些事件包括划时代的政治和体育竞赛；表现超凡魅力的政治使命；以及大人物们所经历的过渡仪式^①——我们分别称之为“竞赛”、“征服”和“加冕”。此类事件，诸如奥林匹克运动会、萨达特去往耶路撒冷的出行及约翰·F·肯尼迪的葬礼，它们虽互有区别，但为电子媒介展示其唤起广泛而同期的注意，以讲述一个始发的时事故事的独特潜能提供了一种新的叙事方式。这些事件为电视机架起了一道光环，改变了人们的收看经验。

我们把这些事件统称为“媒介事件”，以避免产生对其含义的轻蔑理解。事实上，我们可以称这些事件为“电视仪式”或“节日电视”，甚至“文化表演”（辛格，1984）。这

① 过渡礼仪，原文 *rite de passage*（或译为通过仪式）。各种礼节性活动。在有历史记载的社会中，它标志着从一种社会或宗教地位向另一种社会或宗教地位的过渡。人类学者认为这种礼仪有一定的社会、文化和心理学方式的意义。

些电视事件有许多共同特性，我们将试图加以指明。观众把它们看作一种邀请——乃至一种指令——停止日常惯例来参加一项节日体验。如果把节日收看对于平常收看的关系比作假日对于平日的关系的话，那么，这些事件就可视为大众传播的盛大节日了。从概念上讲，本书试图引入仪式人类学的理论（涂尔干，1915；汉德尔曼，1990；莱维-斯特劳斯，1963；特纳，1985）来阐释大众传播过程。

○ 电视样式

直到最近以前，人们一直认为电视丝毫不表述任何有价值的人文主义分析。主张电视——像其它媒介一样——讲求“文本”和“样式”的说法似乎是在极力抬高它的身价。观众被认为是在看电视，而不是看节目，其态度是消极的、无选择的，而且只满足于播些旨在唤起兴趣差不多的观众短暂注意力的故事。社会科学家用先前研究广播的方法研究电视；他们探求大众对劝说企图、种族、性别、职业形象或暴力行为所作出的反应。有些集中于长期效果，注意电视包裹其主体观众的模拟环境。有些则重在研究电视对社会机制（比如政治）所产生的作用。

然而制片人和观众一样对电视样式的存在早已习以为常了。电视台自己，以及报纸、杂志的电视预告通常对电视节目按类型进行分类：新闻、纪实报道、体育、动作类、探险片、西部类、情景喜剧、肥皂剧、综艺、竞技、枪战片、谈

话节目（“脱口秀”）、儿童卡通，如此等等。从事大众传播研究的人士也几乎不加批判地套用这种分类。除了可以追溯到广播的肥皂剧外（赫佐格，1941；安海姆，1944；沃纳，1962；卡茨曼，1972；莫德利斯基，1982；卡萨特，1983；坎特、平格里，1983；艾伦，1985），对这些样式的特点、相互区别、跟其它媒介对应形式的关系、包容的信息及这些信息的传播方式，人们尚未做过多少认真的研究。

对作为电视播出样式的新闻节目的系统研究最近开始引起人们像对肥皂剧那样的兴趣（爱泼斯坦，1973；塔奇曼，1978；菲斯克、哈特利，1978；施莱辛格，1978；甘斯，1979；格雷伯，1984；莫尔斯，1985）。某些政治形态——全国代表大会，总统竞选辩论，政治广告——也引起了注意，而情景喜剧则正在走红（马克，1989；泰勒，1989）。然而，除偶有例外，对电视的社会科学研究只是在最近才开始把媒介视为整体或者分离的刺激因素，而在以往却未对其构成要素的形态给以认真的注意。美国的霍勒斯·纽科姆公司（1974）和英国的雷蒙德·威廉斯公司（1975）出版的有关著作标志着描绘电视疆域图的重大转折。

相比之下，对电影的研究却有着惊人的不同。影院研究是从文学的视角看待电影，对其文本从社会学、政治学及心理分析诸方面进行分类和解码¹。这种分类法也被运用到其它的通俗文化样式——虽然有时难免牵强附会。约翰·考尔蒂在其《探险 推理 浪漫》（1976）一书中阐述了通俗小说的主流样式（他喜欢称之为方式）。在探险故事中——骑

士传奇，战争小说，推理小说——考尔蒂发现了那种战胜死亡、非正义及凶险敌人的信息。跃居他的推理类之首的古典侦探故事把读者引向一种称心的、合理的秩序恢复和未知力量的安定。浪漫故事宣扬爱情至上，标榜的是单婚制和家庭生活。

在考尔蒂之后，纽科姆（1974）试图钻研电视的样式。据我们所知，这是学者第一次对电视节目进行系统分类：他分析每一类节目，概括其共同特征。他提出一个更为宽泛的一般规律：电视作为一种媒介，它从其它通俗文化媒介继承而来的每一样式都包含一种“家庭主义”的要素。纽科姆说，换言之，不仅肥皂剧或情景喜剧，而且西部故事、探险故事以及侦探故事都被电视进行了家庭化处理，其结果是电视媒介作为整体有一种适应核心家庭这一电视的原始观众群的倾向。

○ 带光环的电视

即使像对电视样式进行分类的先驱威廉斯和纽科姆，在对待收视状况时，不是采用分离节目的视角，而是按照构成晚间收视的模式化刺激序列（形象、问题、信息、故事）进行分类的。他们更愿称之为“条块”（纽科姆、赫希，1983），“流动”（威廉斯，1975），复合中断（休斯顿，1984），不间断信息（格伯纳等人，1979），运动墙报，以及无思想口香糖（胡德，1967；西克斯曾特米黑利，库比，

1981)。

即使大部分电视的确可以融入这种无缝的“超文本”之中(布朗, 1984), 某些节目类型却要求并受到了突出注意(利布斯, 卡茨, 1990)。媒介事件即属此类样式。媒介事件是特殊的电视事件, 与那种平常晚间节目样式相比有着鲜明的区别。

读者会很容易判定我们心目中的电视播出事件²。这种事件各国都有。我们从诸如此类事件中进行的国际化取样包括肯尼迪总统和蒙巴顿勋爵的葬礼, 查尔斯和黛安娜的皇室婚礼, 教皇保罗二世和埃及总统萨达特的出访, 1960年约翰·肯尼迪与理查德·尼克松的竞选辩论, “水门事件”听证会, 1989年的东欧革命巨变, 奥林匹克运动会, 以及其它。我们对这些事件的报道和录像进行了研究, 并对其中5个事件作了实验性研究³。

媒介事件与其它电视播出方式或样式之间的最明显的区别, 从定义上讲, 是媒介事件具有非常规性。事实上, 它们是对惯常的干扰, 干扰着正常播出乃至生活的流动。正如假日中断日常惯例那样, 电视事件向观众提供例外的事情去思考、去见证乃至去完成。正常的播出被中止并被抢占, 我们受到一系列使日常生活变得特殊起来的特别声明和前奏的引导, 然后, 待事件结束时, 我们又被引导回原来的状态。在最具特色的事件中, 干扰具有垄断性——所有的频道都把平时计划好的节目撤掉以满足重大事件的播出, 留下的也许只有为数不多的几家电视台可以自行其事。在极力张扬即将发

生事件的重要性方面，电视已经几乎达到难以自拔的程度。

况且，事件的发生是活的，转播在事件发生的真实时间中进行；法国人称之为直接播送。因为它们具有不可预见性，至少无法预见哪儿会出毛病。即使一场交响乐演出的直播也含有这种紧张因素。比较典型的是，事件的组织工作是在媒介之外，而媒介所扮演的只是雅各布森所谓的交际性角色，至少从理论上讲，媒介只是提供一个转播的频道而已。所谓媒介“之外”既指事件发生在演播室之外，即电视台所说的“远地点”，同时也指事件往往不是电视播出组织发起的。这种对真实时间与远地点的联接——正如我们将发现的那样，这是对某种社会核心价值具有重大意义的联接——受到电视台和观众两方面的格外的价值认同（维安内罗，1983）的确，这类电视播出如此复杂，或者被认为如此复杂，以致于被电视业内人士欢呼为“奇迹”，既是技术上的成功，也是仪式的胜利（索罗汉，1979；拉索，1983）⁴。

典型的事件组织者是媒介与之合作的公共机构，比如政府、议会（如国会委员会）、政党（全国代表大会）、国际机构（奥林匹克委员会），诸如此类。这些组织者在统治集团中有地位。他们是希尔斯（1975）所说的社会核心中的部分。他们代表舆论一致的价值，具有博得我们注意的权威。毫不奇怪，伍德斯托克音乐节——60年代抗议青年的里程碑庆典——被作为电影发行而不是作为电视直播事件。

比如，妇女选民联盟和两大政党组织了1976年和1980年的总统竞选辩论；英国皇宫和圣公会策划并“制作”了皇

室婚礼；国际奥林匹克委员会把奥运会搬上了舞台。不过，对于这条规则也存在某些例外：欧洲广播联盟组织每年一度的欧洲电视网演唱比赛，即其一例；还有，超级杯赛——美国橄榄球联合会主办的决赛——即由美国电视台直接参与组织。但总体上说，这些事件即使是用电视“意识”策划的，并不是由电视台组织的。媒介只是被邀请或主动要求参与的。

当然，电视台与组织者之间也可能有串通行为，明显的例子是杰拉尔德·福特与吉米·卡特在弗城的辩论，当时电视声音出不来，而且在一座租用大厅进行的公开地方会议也中断了，直到全国广播再度恢复。再比如一家由国家经营的广播网（比如在波兰，而不是英国或爱尔兰）也许与组织者之间没什么区别。不过这些例子也能说明媒介事件所共有的一般原则。

媒介事件都是经过提前策划、宣布和广告宣传的。观众——其实电视台也一样——对萨达特总统到达耶路撒冷的确切时间只在几天之前才知道（科恩，1978）；爱尔兰电视台是在几周前播出教皇访问爱尔兰的广告的（索罗汉，1979）；而1984年洛杉矶奥运会则喧闹了四年多的时间。提前通知的意义在于给电视台和观众一些预测和准备的时间。由此产生一个由电视台的宣传活动所掀起的积极的期待期。

一方面是现场和远地点的结合，另一方面是被干扰和提前策划，正是这种双重性使我们在给这种电视样式下定义之前要跨越一段相当长的距离。现场一远地点性并不排斥那些

惯常的、也许原本是现场发生的、演播室转播的节目或者像“寻根”或“大毁灭”之类的专题性节目。附加的干扰性排斥了晚间新闻节目，同时，提前策划性排斥一些重大新闻事件——比如企图谋杀教皇或总统事件，在三哩岛（美国宾夕法尼亚州——译者注）发生的核事故，以及首次出现（对此我们将继续讨论）在罗马尼亚和捷克斯洛伐克的所谓电视革命。换言之，我们研究的素材仅仅局限于各种仪式事件。

回到定义的要素上来，我们发现这些事件的播出是在崇敬和礼仪的氛围中完成的。主持这类节目的记者们暂时搁置起往常的批评立场，而拿出了尊敬甚至敬畏的态度。加里·威尔斯（1980）把媒介对教皇的报道，包括印刷新闻报道称之为“跟爱情相爱”和“被讲述过的最伟大的故事”。他指的是其时记者们扮演的几近牧师般的角色，而我们也发现这种样式从整体上所表现出的崇敬态度的特点。我们已经发现这种播出把我们带到了社会的神圣核心的某个方面（希尔斯，1975）。

当然，仪式事件的流动本身是威严的、令人敬畏的，如演奏国歌，军乐队吹奏哀乐，机场的外交仪式，教堂及美国参议院听证会的礼仪规则。关键在于电视很少闯入媒介事件本身：它做的事情只是确认演奏的音乐或仪式主持人的姓名。它维护组织者给事件的定义，解释事件的象征意义，只有很偶尔的分析干预而且几乎不带任何批评。通常广告被中断。表现形式也存在差异：以色列电视台直播萨达特总统抵达耶路撒冷事件的做法与美国电视网的做法互不相同，这有

待于进一步的分析（泽利泽，1981）。虽然我们还有机会指出这些差异，但与相似性相比，这些差异就显得无足轻重了。

即使在这些节目强调冲突的时候（难免有这种情况）——它们庆祝的也不是冲突而是和解。这正是其与日常新闻事件的不同之处，日常新闻事件必然以冲突为主题，媒介事件则往往或纠正冲突、或恢复秩序、或者偶尔推行变革。它们呼吁停止敌对，至少暂停一下，正像皇室婚礼停止了布里克斯顿的巷战和北爱尔兰的恐怖活动那样。在萨达特总统出访耶路撒冷和教皇访问阿根廷之后则出现了更长久的休战。这些事件颂扬重要人物的志愿行动，庆祝那种拥护现存社会制度并由此毫无疑问获得霸权地位的进取精神。这些事件被称之为具有历史意义。

这些仪式使极其庞大的观众群体为之激动——一国、数国乃至全世界。它们扣人心弦、令人神往。它们以一种收视状态为表征，在此状态下，人们彼此相告必须收看，必须把别的一切搁在一边。电视网对同一事件的联播强调了收视的价值，乃至必要性。它们促使观众聚集在电视机前进行集体的而不是个体的庆典。在庆典过程中，观众常常被赋予一种积极的角色。打个比喻，至少，这些事件诱使人们穿戴好一点而不是差一点来收看直播。这些事件以集体的心声凝聚着社会，唤起人们对社会及其合法权威的忠诚。

○ 一种更简洁的定义方法

尽管分量很重，但我们还是要讲定义中的各构成要素都是“必要的”，任何一项离开其它项都不会是“充分的”⁵。这一假定并不是说这些要素可以彼此相离而存在，而是说要是那样它们就不是我们所说的媒介事件，而是另外的东西。

拿一件没有提前策划的事件的直播来说，比如，三哩岛核电站核泄漏事件的直播报道（弗农，1981）。这是重大新闻事件，但不是我们感兴趣的重大仪式事件。这样看来，我们感兴趣的是肯尼迪的葬礼——重大仪式事件，而不是肯尼迪遇刺——重大新闻事件。这两种播出的信息不同，效果不同，播出的语调更是相去甚远。重大新闻事件讲求偶然性、突发性；重大仪式事件则崇尚秩序及其恢复。简言之，重大新闻事件是电视播出的另一样式，它与我们有相近的关系，弄清这种关系对界定媒介事件是有帮助的⁶。

再拿一件未能引起公众兴奋或未受电视台崇敬待遇的事件来说。此类事件不合定义的条件，可它们特别富有趣味性，因为它们像是媒介事件的病态。以上两例中，前者为未实现事件，后者则是被电视台“否定”的事件。关于此类病态事件，我们将在第三章详论。

这样，通过把定义要素转变为一种类型——此时各要素以不同方式或隐或现，或以不同程度出现——我们可以借助一种特别的要素来确认互不相同的可选择的播出样式。考察

这些可选择形态及其发生条件有助于我们通过提供界标来界定我们的媒介事件。

就方法论而言，还有一种操作可用在定义上。通过把要素转化为各种变体，我们可以发现哪些要素跟别的要素相关联。这样一来，也许有人会问，比如说，是不是由播出者唤起的崇敬程度与收视者产生的神往程度相关联。

如果把定义要素归类为更加宽泛的种群，我们可以给这种样式一个更为高雅的表述。为此目的，语言学上关于符号关系学、语义学及语用学的分类方法是值得借鉴的。

从符号关系学上讲，可以认为媒介事件的特征首先取决于干扰性、垄断性、直播性和远地点性这些要素。它们是播出“语法”的构成要素。对日常计划好的节目的取消和对频道的汇聚是电视台最得心应手的“标点符号”。给别的播出都划上句号；把许多同期频道的混响合并成一条单声道。当然，这些要素也是负载着语义的：它们说出了事件的重要性。而且它们也有语用方面的内容：对电视本身的连续性的干扰使正常的生活流程中断。

远地点直播带着我们在演播室和某个僻远地方之间往来穿梭。这种播出采用特殊的修辞形式及必要的技术来把事件和演播室联接起来。语言是交通语言——“现在我们带各位去……”画面和解说词都慢下来定在一个仪式地点，而美学的考虑却异常的重要。媒介事件的画面，与解说词相比，其所含的分量大大超出了我们在晚间新闻里所习惯的那种平衡；晚间新闻里，解说远比画面重要（奥尔特，1986；卡

茨，阿多尼，帕内斯，1977)。当我们拿事件本身跟对该事件的每一相继表现做一比较时，这些各种各样的“句法”要素的核心便立刻昭然若现了——新闻提要、新闻以及最后的周年纪念日：长度被大大切短；节奏被加快；用解说词重申重要性；用字幕列出的长串制作幕后英雄的名单不见了。符号关系的不可预见性（这与语义的不确定性相匹配）被抹掉了。

事件从外在到内部都被置于实况转播组织之外，这一事实本身意味着需要非同平日的一种关系网络。实况转播的专家们部署他们的实况转播分队——英国人这么叫——而演播室现在则起着现场人员和观众之间的中介作用，允许有一些演播室和现场之间舞台指示性的对话的出现并成为演出内容的组成部分。

当干扰（即干扰正常播出的媒介事件——译者注）到来时，它已经过精心的广告宣传和排练。而且它需要组织者和电视台投入大量人力、技术及资源。它的到来并不是作为一件纯粹出乎意料的事——像要闻插播——而是一件像假日那样人们盼望已久的事情。为了确保这种仪式框架的要旨不会在观众眼里消失，电视台不惜花几小时，有时几天，来让观众熟悉事件的行程路线、日程表及其象征符号。即使是一次性的事件也能受此礼遇。

事件的意义——它的语义层面——一般由组织者定位并由电视台认同——这一点有待进一步详述（见第四章）。当然这里指具体的每一个事件。比如，皇室婚礼被定位为灰姑

娘故事，登月行动为美国新边境，教皇外交为朝圣。撇开每一件事的具体细节，从整体上说，播出样式包容着一整套核心意义，而且是被公然声明的。于是，所有这些事件都被欢呼为具有历史意义的事件；它们努力创造新的纪录，或者标志一个时代的过去。不论是在奥林匹克还是“水门事件”，萨达特还是教皇，事件具有的转折点的本质是意义的核心。

事件把与一种或多种社会核心价值相关的象征性动作的表现置于突出地位（卢克斯，1975）。通过组织者和电视台之间的合作，事件的表现带着仪式性的崇敬，所用语气表达出神圣和敬畏。

传达的信息是一种和解，在和解的气氛中参与者和观众被请来共同克服冲突，或者至少使之延续或缩小。几乎所有这些事件都有英雄人物，而围绕他们的进取精神，社会重新统一的主题就产生了。

从语用学上讲，事件使巨大的观众群心驰神往。在观看一名奥运会名星或一位宇航员的超人成就时，全国乃至几国，有时全世界都会为之振奋。萨达特振奋了以色列人民，教皇唤发了波兰人民的精神。这些事件具有极大的震撼力，拥有世界史上最大的观众人数。它们是人类共有的经验，使观众彼此合一、与社会融合。与这些事件的播出相伴而生的是一种收视状态。随着时日的迫近，人们彼此相告收看是必不可少的，此时任何别的活动都是不能接受的。观众积极投入庆典之中，喜欢结伴收看，还做些特别的准备——比如特别的食物——以便更充分地投身进去。

所以，这种播出样式的最佳定义就在上述符号关系学、语义学及语用学的交叉点上。正如前文所述，我们主张所有三种要素都是“必要的”。假如我们只选用语用学的标准，那么由此定义的事件就将包括使观众精神振奋的诸如早期的电视连续短片之类的电视节目，或者也许还包括像“达拉斯”这样一类节目中的重要几集。而且也许还将包括像“落基山恐怖电影展”，或“伍德斯托克”音乐节之类的吸引大量的、有时是狂热的观众的一些电影；这些电影是某部分大众所必看的，也能引起广泛的参与性。假如以符号关系学作为唯一标准，那么重要新闻事件将会要求被包括进去。同样道理，如果只用语义学的标准来定义，那么，我们将编入所有那些宣称具有历史意义的、宣扬和解的、颂扬进取精神的以及以崇敬的态度制作、播出的电影和电视节目。比如，勒尼·里芬斯塔尔，科恩·伊奇卡瓦或克劳德·勒劳奇拍摄的奥林匹克影片就可能满足这样的条件。

于是我们坚持用现有三种语言学理论来定义媒介事件。这一观点的正确性得到以下事实的进一步证明：我们面对的是仪式性的表演，而任何这样的表演都无法仅仅从其文本方面加以描述。仪式干扰了日常生活流程（符号关系学）；仪式也恭恭敬敬地对待神圣的事物（语义学）；仪式需要忠实观众的反应（语用学）。

○ 为什么研究媒介事件？

在媒介事件电视播出样式的定义中，没有明确回答这样的问题：为什么研究媒介事件？研究现代社会的学者——并非只是研究电视的——能给出十几个乃至更多的重要理由。我们试分述如下：

1. 媒介事件的电视直播能吸引有史以来人数最多的观众。为了避免引起误解，我们这里讲的观众，是指在播出时同时收视同一节目的观众，其数量多达 5 亿。可以想象，在电子时代之前，受众人数曾累计达到过这个规模——比如（圣经）的读者。也许甚至可以这样讲，曾经读过或听讲过《圣经》的人，现在在世的就有好几亿。但是只有在无线电广播——以及家用无线电接收机——问世之后，同时接受才成为可能。如此巨大的观众规模，加上大家对这一规模的清醒认知，这是令人生畏的。更令人生畏的是当人们认识到这种播出的内容是仪式。这种仪式为人类学家所熟悉，只是其规模有所不同。其中有些仪式呈全线包围之势，结果任何人都无法留在圈外。“我们是世界”这首歌显然很适合做媒介事件的主题歌。要振奋这么多的人绝非卑劣花招所能奏效；能赢得他们的称赞则令所有传媒效果研究批评理论家自惭形秽⁷。

2. 这些事件的威力首先在于电子传媒技术的潜力平常很少能得到充分实现。研究传媒效果的学者们知道，在大部

分情况下广播电视的这种潜力为社会所限制。从原则上讲，广播电视可以同时直接传播到每一受众；换言之，广播电视传播的信息具有整体性、即时性和非中介性。但这一条件却几乎很少获得。信息本身是多元的；受众是有选择的；人际网进行干涉；信息扩散需要时间。然而，对媒介事件来说，这些干扰机制都被中止了。人际网和信息扩散过程在事件前后活跃起来，这便激发了对事件的注意，推动了对事件意义的认真读解。但是在此阈限之内，整体性和共时性获得解放；组织者和电视台谐振共鸣；竞争频道合而为一；观众在每个地方同时接收。所有的目光都聚集在仪式中心，而每个核细胞则通过中心与所有其它细胞联结在一起。就这样，社会最高秩序的统一通过大众传播得到实现。在这个并非非常的间歇时期，社会正处于大众—社会理论家曾经想象的一种既分裂又整合的状态（科恩豪泽，1959）。

3. 由此看来，媒介的威力不仅可以给社会网络插入信息，而且可以自己创造网络——分裂、整合乃至设计社会结构——至少在短暂的时刻。我们已经认识到媒介事件可以创造自己的选民。埃及和以色列为萨达特出访结成了统一，不仅通过塑造一个先前敌对阿拉伯国家的元首驾临的形象，而且通过两国广播电视系统的特别微波联接⁸。与此相似，皇室婚礼重新统一了大英帝国，而奥林匹克使第三世界国家加入了第一、第二世界来。媒介事件的声音可以超越传统的政治地理这一事实本身提醒我们注意到，研究媒介效果的学者在他们对技术决定论的厌恶中往往把媒介技术给忽视了。

纸莎草纸和古埃及帝国，印刷术和新教改革运动，报纸和欧洲民族主义，电报和美国市场经济一体化，这些关系是传播技术和社会结构属性之间的关系。它们一方面联结了轻便性、再生产性、直线性和共时性；另一方面将教堂、国家和市场联成一体。

如果展开来说，我们会发现，这些由媒介生发的社会结构的“中心”也并不受地理的约束。就媒介事件而言，这个众目注视的“中心”乃是“有历史意义”的仪式的组织者与技术熟练的电视台联合生产的一个事件。在这个意义上，英国往往是世界的中心；人们只有将蒙巴顿遇刺后的葬礼与遇刺萨达特或印度甘地夫人遇刺后的葬礼的直播作一比较，才能理解其中的原因。

4. 媒介事件既能征服空间也能征服时间，所以它有能力宣布假日而扮演一种“世俗宗教”的角色。像宗教假日一样，重大媒介事件意味着对惯常活动的中断，是连续几天的假日，是礼仪庆典的参与形态，是对某种中心价值的专注，是对现时环境下的大众性和平等性的体验，与文化中心合一的体验。仪式的崇敬语气，聚集在电视机前的人们的着装和举止，与收视大众的融洽感觉，所有这些都激发人们对“神圣日子”的沉缅。观众所承担的仪式角色——哀悼者，公民，陪审团成员，体育迷——将假日收视与日常收视区别开来并转化了与媒介之间关系的性质。我们认为这些由电视直播的事件之所以产生相应效果的秘密就在于观众从别的机构带来的、使被动观看变为仪式参与的角色。反过来，这种参