



CDDC计划2007年出书, 稿件征集正在进行中, 欢迎踊跃投稿...

· 论开发非受众资源

· 媒介素养教育: 信息受...

## 金元浦: 文化研究的视野: 大众传播与接受

时间: 2002-8-24 20:58:47 来源: 中国新闻研究中心 阅读678次

当代世界最不引人注目却又最与人们的日常生活息息相关的社会现象是什么?电视. 电视观众恐怕是当代世界最广泛的文化研究对象. 研究电视, 是理解与大众传播中心问题有关的整个社会和文化进程的潜在的关键. 因为, 电视观众是今天人类日常生活中社会和文化的最主要的实体。

在当代世界, 与电视有关的生产者的力量日益强大, 而与之相应的消费者的力量也日益强大. 1960年代末1970年代初德国接受美学兴起时的一个重要契机就是其创始人敏锐地感受到了当时大众流行文化的兴起. 后来, 接受美学又突破了其早期读者中心论的藩篱, 向 COMMUNICATION 转化. COMMUNICATION 这个词既是交流, 也是传播. 随着现代科技的发展, 传播及其传播媒体已成为现代社会不可一刻或缺的生存手段。

按照传统的观念, 消费的基本要素是其实用性或有效性, 也就是说, 购买一种产品, 一定是于人有用的. 而其之所以有用, 是因为人的需求奠定了其效用的基础. 但是从现代观念来看, 人的需求是养成的. 现代人的消费也在不断发明着\制造着\涵养着他们自身的需求, 特别是人们的精神的和文化的需求. 消费本身是一个构筑意义的过程, 它“关注的是日常生活中文化的内化”, 是文化的生成\漫漶\固化的过程. 我们无法想象, 30年前中国社会会对当代流行音乐有如此巨大而狂热的需求. 10年前有位朋友从西方归来, 谈及西方电视观众对某一电视主持人的喜爱和依赖. 一位年长的时事政论主持人因度假, 节目改由他人主持, 竟然有几十万观众写信打电话要求他回来, 他们声称无法忍受没有他的日子. 当时对此深感不解. 几年后我国电视也重演了这一活剧. 使我们深骇于电视的力量: 电视改变着我们的生活。

从世界范围来看, 现代科技的发展尤其是传播技术的发展, 现代科技广泛地运用于各类文化艺术活动之中, 在文化领域掀起了新科技革命的旋风, 已经导致新兴文化形态的崛起和传统文化形态的更新. 文化生产方式工业化, 实现了从文化手工业到现代文化大工业的深刻变革, 直接导致文化工业革命. 文化作坊让位于文化工厂, 社会化文化大生产取代个人化文化小生产, 极大解放和发展了文化生产力. 高新技术的产生和现代工业的发展, 不仅导致所有传统艺术形式的升级换代和现代更新, 而且创造了大量崭新的艺术形式。

文化传播形式随着现代大众传媒从纸煤质到电媒质的创生变换, 经历了一场深刻的媒体革命. 广播、电影、电视、音像、多媒体相继产生, 不仅创造了崭新的文化工业--广播工业、电影工业、电视工业. 音像文化乃至多媒体文化代替图书文化, 成为新兴的主导文化形式, 并且在图书的基础上创造了电子报刊, 新闻产业、广告产业等等相继诞生, 文化不断经历创新扩容. 文化的领土前所未有地猛烈扩张。

相对而言, 如果说中国二十世纪初叶经历的新文化运动实现了中国文化的新旧置换, 是一场具有中国历史意义的文化本体革命; 那么, 以电子媒质为代表的现代大众传媒的升级换代和创新发展, 使人类具有了崭新的现代文化, 实现了文化本体的更新发展和创新扩容, 是具有世界历史意义的文化革命。

人类童年时代的文学艺术是通过口耳相传的. 古代的游吟诗人就是通过不断的游走吟唱来传播

艺术、故事和历史的。诗歌特别是史诗成了那个时代人类最主要的艺术方式。但是口耳相传的艺术是没有原本的艺术，是在传播中创作和加工的艺术。印刷术的发明，使人类的传播有了巨大的进步。阅读成了获得知识，展开想象力，享受艺术，开拓人类精神领域的最佳方式。正是纸媒质确立了文学在诸种艺术形式中的宗主地位。

从纸介质的传播媒体向广播电视等电子介质的传播媒体转化，是人类史上最伟大的飞跃之一。电子传媒比印刷传媒拥有更为强大的力量。

今天科技对文化的渗透，其中一个重要的表现就是艺术的媒介化趋向。艺术的媒介化以越来越多的大众文化产品进入人们的日常生活为标志。它表现为艺术的传播越来越受到媒介工业技术和体制的制约。借助媒介，艺术传播的速度更快，传播范围更广，传播效率更高。而且，媒介介入了艺术的创作过程，成为艺术的一部分。传播媒介给艺术带来的直接后果是艺术作品与艺术创作原初语境的分离，即所谓“取消语境”（decontextualization），在一个虚拟时间虚拟地点重构一个新语境，此所谓“重置语境”（recontextualization），艺术传播和媒介技术带来的语境的分离和重构，也从根本上改变了艺术创作反映生活的传统观念。是媒介手段创造了比现实更真实的“超现实”或“超真实”。

如果说过去的艺术作品只有一个作者的话，现代的电子媒介艺术的作者则是一大群。这只要看看每一部电视剧后面长长的名单就了了。当代电视艺术作品除了作者（编剧）外，还有导演、制作人、工程师，以及广告公司或传媒公司决策人员的介入。甚至作品的发行人员都可以指手划脚，说三道四。时尚潮流更多地影响艺术创作。

传统的神话已经远去，今天的神话是以电子媒介传播的大众文化。而电视就是当代大众文化的神话与象征系统。电视作为技术，为其使用者创造了一个空间，这是一个操作的空间，又是一个能够创造意义的空间，一个有着可能性及不确定性而有待填补有待扩展的空间。虽然没有绝对的分界，电视（以及其他信息与传播技术）区别于非交流性的家用电器的地方，就在于它的双重连接作用。它本身具有意义，同时，它还是意义的传送者。

先前的媒体研究认为，这一研究的核心论题应当是媒体节目的共同性与观众要求的特殊性之间的矛盾；是媒体的强制性压抑、消弭了观众主体的能动性，使观众成为被动的接受者。但是，当前高科技传媒的发展告诉我们，今日的媒体是在一个日益复杂日益多样化、竞争日益激烈的世界里运转和发展的，先前某一两种媒体如电视或某一两家电视台独霸世界的时代已一去不复返了。随着媒体种类与数量的急剧增加，媒体技术的日新月异的发展，媒体的传播功能与创造意义的功能逐渐合一，特别是互联网技术的高速发展，人们的选择性越来越高，主动性越来越强，某一种媒体或某一家媒体凭借一种行政命令或长官意志完全地直接地影响大众的时代即将过去。如果我们说当今世界媒体的力量在左右着人类的话，那么，媒体的迅速发展也在不断产生着消解其霸权的力量。媒体的多样性和多元性，以及内容的极其丰富性，赋予受众更大的选择的能动性与自由度。竞争使媒体与接受者的关系由原来的教育、指导甚至命令变为服务与被服务的关系。收费上网、有线电视使接受者白得免费午餐的受赠意识、传统形成的受教育、听报告的意识大为减弱，而代之以我作为一个消费者的个人购买与消费行为的意识。既然是服务与被服务的关系，我就有权要求得到更合乎我的个人意愿的服务；既然可以有多种选择，我当然选择最符合我的个性特征的节目。

但是这些众多的选择，仍然只能在一种任何人也无法逃脱的文化语境和公共空间中展开，在一定的文化与经济的场域中实施。因而民族的、地域的、性别的、阶层的特征就凸现出来，观众由文化所囿定的主观倾向性便自然而然地显现出来，尽管这一显现仍然显得那么随意、漫漶、毫不经意。

从媒体来看，其“服务”的多样性也是有条件和受制约的。尽管电视节目千变万化，它众多的表现类型叫人目眩神迷，但它本身实际上是一种“配方式媒介”。西方电视美学家赫拉斯·纽肯默指出，“成功的电视配方被广为模仿……能够存在下来的配方一定是广有观众的。”“配方成了组织和界定世界的特殊方式。情景喜剧和电视所创造的其它形式的世界都给人不真实的感觉，但是，我认为情景喜剧和电视却创造了一种特殊的现实感。每种类型都有它自己的价值系统……打破这种现实也就是创造一种新的配方。在某些情况下，这也就创造出一种新的电视艺术形式。”

当然，媒体的伟大与可怕还在于它水滴石穿、有意无意地形塑观众的趣味、喜好之型，欣赏习惯、文化生活之模式乃至深层心理文化结构的功能。

对于观众的研究可以是相当抽象的，但世界上的任何观赏行为都是具体的，都是在一定的场景中展开的。至今为止的主体媒介电视主要是在家庭中观看的，它更多地带有一种小型的群体性质，观众之间有感应，有共鸣，有交流。正在迅速崛起的网络媒体其观看行为则更加个人化或私人化。由于动态的互动关系，先前观者之间的感应交流已被网上的互动交流所代替，先前极为重要的此时此地的具体时空场景，现在已相形见绌，不再那么绝对重要了。

媒体的文本分析是十分重要的。它是意义产生的主要源泉。其后来所产生的社会影响，对观众的引导或与观众的互动都先在于生成而预存于文本之中。所以从某种角度讲，观众早被镌刻在文本之中。

但是，只有媒体的文本研究是远远不够的，当代接受研究早已把文本研究与观众的社会学人类学研究结合起来，并由此出发，向媒体文本与观众的社会接受之间的对话交往研究发展，向媒体的文本研究与媒体的社会功能、技术功能的对话互动研究转化，向一种更具涵容性也更具多样性的文化研究模式发展。从这一点看，六、七十年代的英国文化研究在方法论上没有什么惊人之笔。倒是它对大众文化研究的首倡，对于当代传媒研究的首倡，对于高等教育中设立文化研究的系所、学制与学位的首倡，成就了它昭彰于世的赫赫声名。

因此，大众传播的研究成为文化研究的主战场之一，不是几个研究者像1980年代一样，又趑趄来什么新鲜洋货（货物早已不新鲜），而是切切实实的现实需要。文学与文化的现实已发生了很大变化，我们不能还在原有的范畴概念的圈子里打转。

文章管理：肖克（共计 794 篇）

CDDC刊载文章仅为学习研究，转载CDDC原创文章请注明出处！

相关文章：文化研究

- 文化研究视野中的传媒研究 (2005-4-27)
- 文化研究视野中的传媒研究 (2004-3-23)
- 大陆文化研究中的“法兰克福学派现象” (2003-9-13)
- Lacework as a Chinese Conflict-Preventive Mechanism——A Cultural/Dis... (2003-2-26)
- Culture industry reconsidered (2003-2-19)

>>更多

金元浦：文化研究的视野：大众传播与接受 会员评论[共 0 篇]

我要评论

会员名  密码:

关于CDDC ◆ 联系CDDC ◆ 投稿信箱 ◆ 会员注册 ◆ 版权声明 ◆ 隐私条款 ◆ 网站律师 ◆ CDDC服务 ◆ 技术支持

对CDDC有任何建议、意见或投诉，请点[这里](#)在线提交！

◆ MSC Status Organization ◆ 中国新闻研究中心 ◆ 版权所有 ◆ 不得转载 ◆ Copyright © 2001--2009 www.cddc.net  
未经授权禁止转载、摘编、复制或建立镜像. 如有违反，追究法律责任.