

美国电视社会学的理论与实践

车 英

电视,早在1936年11月2日英国伦敦世界上第一座电视台正式开播,便以“神奇的电波从蓝天而降”,魔术般地展现在大众的面前,它以莫测非凡的光电变换手段,为自己在大众传播媒介中赢得了应有的地位。从电视的产生到今天,半个多世纪过去了。而今,随着新技术革命浪潮的涌进,电视信息网络几乎可以扩展和渗透到地球的各个角落,它已成为影响当代人类社会的最强大的传播媒介,对人类社会各个领域产生的作用和影响,无论正负,都是不可低估的。因此,研究电视与社会即电视社会学的任务义不容辞地摆在我们的面前。

美国是世界上新闻传媒尤其是电视业最为发达的国家之一,对与之相对应的电视学研究亦达到了相当高的水平,产生了电视与其它边缘领域相互交叉的新型学科,如:电视新闻学、电视文化学、电视传播学、电视心理学、电视广告学、电视社会学等。本文仅对美国电视社会学的理论与实践方面作一初步探讨,旨在借鉴美国这一领域正反两方面的经验,促进中国自己的电视社会学的研究。

一、美国电视的历史沿革及其现状

电视,并非美国人首先发明的,但首先把电视当做商品而从事大规模的经营则是从美国开始的。美国在1937年时就有17座实验性电视台。1939年,美国无线电广播公司的实验电视台首次播出美国的电视形象。同年,电视在纽约举行的世界博览会上初次公开露面,以其独特的最新式的传播手段报道了这次博览会的揭幕典礼,最引人注目的是转播了美国总统罗斯福的揭幕演讲,受到公众的极大青睐。从此,电视作为最强大的传媒在人类的社会生活中发挥着巨大的影响和作用。电视与美国人民见面,在美国公众中成了街谈巷议、普遍关注的“爆炸性”事件。

但不久,由于一系列的政府命令,之后又由于第二次世界大战美国的介入,其电视的发展也随之时起时伏,在不同程度上受到了限制和阻碍,如1940年,美国联邦通讯委员会(FCC)指令停止发展电视事业,但在1941年,即在美国参战之前6个月,联邦通讯委员会又批准了全部商用黑白电视的生产。当时已经建立的为数不多的那么几家电视台每天仅播放2—3小时的节目,而在整个纽约地区也仅有4700台电视机。在美国参战后,电视机的生产几乎全部停止,电视台亦仅仅保留了一个空架子。整个美国能够播送节目的商业电视台只有6家,其中3家均在纽约,这个数字一直延续到战争结束的1945年。直到战后的1947年3月,美国联邦通讯委员会仍然决定暂时不搞彩色电视,但批准黑白电视在超高频54—216兆周之间的13个频道上进行播放。联邦通讯委员会以后不久又取消了第1频道,将其分配给固定和流动的服务行业使用。尽管如此,在这一年之内,申请开办新电视台的从原来的75家增加到了300家以上,联邦通讯委员会除批准几个条件优厚的新电视台开始营业外,其余一概拒绝审批。美国公众非常欢迎电视这个最新式的传播媒体,仅1948年下半年美国向公众出售了将近100万台电视机。善于经营的垄断财东们也盯住了电视这一最新式的传播媒介,预料到了这一传媒未来的巨大能量,因此,数以百计的广告商已经开始向16个城市中的电视台预购时间,商业化的电视业就此出现了。

民众的兴趣和需求的日益提高和增强,使得全美国仅12频道已经远远满足不了了。如在1947年和1948年两年间,因为播放的电视台越来越多,在一些电视台的播放区域内出现了严重的信号相互干扰现象,因此美

国联邦通讯委员会于1948年9月决定冻结所有新电视台的开业申请。但是在未被冻结的范围里,电视发展得极为迅速,大大超过了民众的想象。尽管开始时电视机每台售价高达750—1000美元,但仍是供不应求。

“万事开头难”。对于美国电视台来说,开头的二三年,既令人振奋又忧心重重。1948—1950年三年间,美国公众踊跃购买电视机的势头固然是令人振奋的,但是全国各电视台向联邦通讯委员会报告的营业赤字高达4800万美元,这无疑也是令人沮丧的。

正是这时,在竞争无比激烈的美国出现了一种令人费解并带有讽刺意味的局面,即美国的大多无线电台广播台把自己赚来的钱资助给了它们的竞争对手,促使电视台投资在地下安装了同轴电缆或设立微波中继站。1951年9月,美国电话电报公司完成了连接西海岸的电视网。从此,电视又一次复兴,逐步过了亏损关,开始大盈利了。

美国公众对这种新型媒介的热情仍一如即往。电视对一些专门事件的报道,优越于其它新闻传播媒体如报刊、杂志、广播等,给人以现场亲临目睹之感受。如体育比赛、世界见闻、联合国安理会关于朝鲜战争的会议,再如1952年的总统提名大会和竞选活动,都是通过电视传播报道的。公众的热情和电视传播内容的清新度都有力地推动了电视的发展。

1952年4月14日是美国电视事业值得纪念的一天,美国联邦通讯委员会颁布了它最后的史称“第六号报告和命令”的电视频道分配方案。该方案决定:除了甚高频的2—13频道外,新开辟频带在470—890兆周之间的超高频14—83频道,以满足2000多家电视台使用超高频在全国范围内竞争的需要。美国联邦通讯委员会同时还宣布:从1952年7月1日起,将恢复受理建立新电视台的申请。此后,美国的电视台如雨后春笋,迅速增加,电视机的数量也在急剧上升(详见简表)。

美国电视发展简表

年	电视台	电视机(万台)	每千人拥有数
1945	6	1	
1946	10	1.5	
1948	47	25	
1950	97	600	
1952	272	1,700	
1955	439	3,300	
1958	538	4,500	
1963	607	6,000	
1964	802	6,500	360
1970	869	8,600	430
1976	960	12,000	560
1983	1,040	18,530	790
1987	1,200	21,200	900

本资料译自联合国教科文组织统计年鉴和有关书刊。

电视经过黑白和彩色两个阶段。早在1940年,美国率先试验彩色电视,当年就获得成功。但彩电的发明家是匈牙利人彼得·戈德马,他于1933年移居美国,1936年起他一直在哥伦比亚广播公司研究所供职,戈德马在声学和电视学方面有150多项发明,成绩卓著。他的彩色电视是在他看了彩色故事影片《乱世佳人》后受到启发才发明出来的。由于前文所述的种种原因,彩色电视直到14年后的1954年才最后试验成熟。于是,美国正式开办彩色电视节目,成为全世界第一个开办彩色电视的国家。到1967年,美国的电视节目几乎全用彩色播放。

美国的电视事业的兴起和繁荣与美国的广告商亦有密切的关系。他们把大笔大笔的钱财投向了最新的传媒用来宣传和推销他们的产品。在普通电视节目中每播放一小时需33万美元,在特别电视节目中播放广告平均每小时要征收40—60万美元的广告费,另外巧立名目,还要收播放时间费16万5千美元。这些广告收入无疑有效地促进了电视业的发展。

近年来,美国比较重视推广现场直播电视节目和应用闭路电视系统,美国人称之为“比较重要的成就”。但应用通讯卫星则是具有划时代意义的贡献。1962年6月,美国的通讯卫星传送电视节目获得成功,标志着电视进入了太空的时代。卫星转播电视实况使地球缩短了距离,同年9月,美国利用通讯卫星以电视在纽约联合国总部、巴黎教科文组织和瑞典三地同时播出联合国前秘书长哈玛绍葬礼

的实况,获得空前成功。1964年10月10—24日,世界奥林匹克运动会在日本东京举行,美国和日本利用卫星做首次电视联播,将运动会实况不断地播往美国,情况良好。

随着科学技术的发展,美国的电视业空前繁荣。据美国报刊统计,现在美国7500万个家庭家家都有电视机,全国几乎每个家庭都拥有两台电视机,每七家中就有两家拥有3台以上电视机。美国《问询者》杂志在1982年进行了一次家庭或个人电视拥有量比赛,参赛者共计1297人,结果加利福尼亚州的一位33岁的公民杰利·格仑尔凯以134台电视机数夺魁,获得2000美元的奖金。

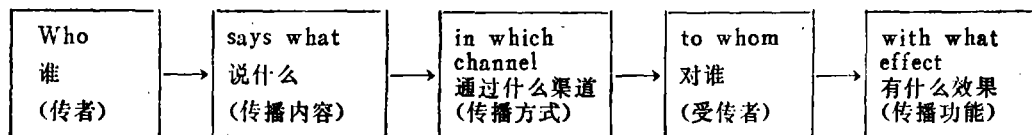
综上所述,从电视的发明到普及的今天,无一不能说明电视作为最新最有力的大众信息传播媒介,冲击着社会,影响着社会。无怪乎美国的科学家们认为:当前我们所处的时代是“原子”时代、“计算机”时代、“电视”时代;而社会学家和大众传播学家则说得更为确切,认为当今的时代是“信息”时代,是“信息大爆炸”加“电视”的时代。

二、美国电视社会学的提出

“信息时代的生命线是传播”,而最强大的传播媒介是电视。据美国最近有关报刊报道,目前,美国三大电视网:美国广播公司(ABC)、哥伦比亚广播公司(CBS)和全国广播公司(NBC),为了维持和发展美国社会的“生命线”,竞争激烈,每天播出时间达18—24小时。每人家家庭都拥有一台以上的电视机,平均每天看电视的时间,冬季为7小时,其它季节均为6小时。可见电视这个最新传媒的功能之强,在美国人的社会生活中发挥的作用之大。

既然美国电视的社会功能和作用如此之强大,那么,就有着对其深入研究的必要。实际上,美国的电视社会学是大众传播学与社会学交叉结合的产物,最初属于大众传播学的一个重要分支,后又脱胎而出,形成了一个独特的专门学科。

美国的传播学研究是从1948年开始的,一般可追溯到美国政治学家拉斯威尔所著的《传播的结构与功能》一书上。这本书把传播总结成为一种公式,即五个W:



这个公式,道出了传播作为发生的基本构成因素,一般说来要构成传播活动,就离不开这五个W。

Who(谁,即传者)在整个传播活动中居主动地位,它可以是一个人,也可以是一个集体。在进行传播之前,传者要收集信息,选择和筛选材料,并且传播内容、传播方式、传播对象都要由传者决定,同时还要关心传播之后的社会效果。

Says what(说什么,即传播内容)所有传播的内容即信息,可以是具体的事件,也可以是一种概念,它是通过特定的符号传播出去的,其基本符号有语言、文字、图象、数字符号、音乐符号及手势等。无论什么样的传播方式,或多或少、或大或小,都是有内容的,都是有信息量的。

In which channel(通过什么渠道,即传播方式或称媒介)构成传播活动,一定要通过媒介,而这种媒介就是渠道。缺了渠道,传播就无从谈起。上述6种基本符号,就是6种基本传播媒介。因此说,媒介是人用来传递信息和取得消息的一种工具,如电视、报纸、广播这三类实属一种机械传播媒介或称大众传媒。

To whom(对谁,即受传者,传播对象或社会)任何一种基本传播媒介,都不能没有传播对象。如果没有传播对象,就是“无的放矢”,任何传者、传播内容、传播方式都会失去作用,都毫无价值可言。传播对象是多种多样的,因为信息是面向全社会的。因此,该对象可能是一个人,也可能是一群人,而这些人各不相同,性格各异,年龄经历更是不一样。所以,在研究传播学时必须注重对受传者和全社会的研究。

With what effect(有什么效果,即传播功能)传播引起反映就是效力、效果。传播的效力和效果直接影响着社会,属传播学家和社会学家最为注重研究的中心课题。

实际上,大众传播学就是在上述基础上结合“三论”(即信息论、系统论、控制论)与大众传播媒介(即报

刊、杂志、广播、电视、电影、书籍等)发展起来的,并与社会学、心理学、政治学、电子学等通过相互紧密交叉联系,从而形成了一门独立的跨学科的学科。W·宣韦伯是美国公认的大众传播学研究权威。他在1955年发表的《信息论与大众传播》专论,就是运用信息论来研究大众传播的过程的。

他认为:传播学从狭义上讲是交流一种新闻信息,若从广义上看,它则包括各种传送,让人们分享各种事实、资料、信息。作为大众传播学,除具有以上含义外,更重要的是它要面向社会、面向大众。因此,无论在什么样的社会里,大众传播都有以下8种功能:

1. 传递消息或情报:在有阶级或无阶级的社会里,无论社会、团体、个人为了生存和安定,都得要获取消息或情报。

2. 社会化:即通过大众传媒,使人们获得各种信息,使每一个人都能成为社会的有效成员,对社会作出贡献。

3. 能作为一种社会的动力:即通过大众传播媒介,使人们对当前国内外的信息有所了解,使他们为促进社会进步而努力。

4. 辩论与讨论的功能:人们的不同意见、见解、建议或矛盾,通过讨论争辩,取得一致,其中的每一种环节都离不开传播,在重大问题的辩论与讨论上,更不能离开大众传播。

5. 教育的功能:运用各种传播手段,向人们传播知识,使之受到教益。(现在各国开辟的广播电视教育,或称现代化媒介教育,或称远距离教育,都具有这方面的功能。)

6. 发展文化的功能:运用大众传播工具,宣传和推动保存历史遗产、交流文化艺术。

7. 娱乐的功能:大众传播不仅给人给社会提供信息,而且更多地提供娱乐和消遣的时间。

8. 一体化的功能:即在关心社会生活,体现社会生活的基础上,通过大众传播的舆论监督作用,指导社会,形成社会一体化即社会的规范化,换言之,大众传媒具有强大的示范作用。

大众传播的8大功能,无一例外,都是与社会有着不可分割的联系。作为最新的传播媒介——电视来说,更是如此。电视是声音、图像、色彩、动作一并俱全的媒介,比起其它大众传播媒介如报纸、广播等更富有大众性、生动性和感染力。电视改变着人类社会的生活内容和习惯,对于电视社会学的研究现已在美国大众传播学和社会学领域占有突出的地位。

目前,美国电视社会学的研究空前活跃,该学科的主要研究方面有:1. 电视记者与社会影响,2. 电视采访自由与法律保障,3. 电视的社会责任,4. 电视的政治影响,5. 电视与大众文化,6. 电视色情内容对公众的影响,7. 电视与暴力行为,8. 电视与青少年,等等。这些研究从五十年代起逐年深入,现已达到相当高的水平。

三、美国电视与社会

电视是视听结合的传播媒介,拥有最强的纪实功能,使公众通过自己的视觉和听觉,产生一种身临其境的感觉,使之耳目双项器官同时发生效应,不但能听得清,而且还能看得见,具有很强的现场性和真实感,再由于电视新闻在其摄象、录象、声音、文字、色彩的综合作用,能准确、迅速、真实、可信、尽善尽美地反映出大众不能亲身耳闻目睹而又迫切要求获得的新闻事实真相的心理,形象地再现出生活,如:播映激战十年之久的两伊战争,里根、萨达特遇刺等电视新闻,这都是其它传媒望尘莫及的。正是由于电视具有现场性、接近性和真实感,因此在美国,电视已被称为“视听新闻”和“家庭中最为重要的成员之一”。作为“最新型的、大众的、最普及的传播工具”,电视涉及人类社会的各个领域,如新闻、广告、戏剧、电影、体育、音乐、舞蹈、艺术、教育、科技、经济、政治、军事、连续剧和专访等,以它声画并茂,多姿多彩的魅力吸引着大众。随着电子技术的不断发展,传送手段的进一步改善,频道的逐步增多,节目的丰富多彩,越来越多的人被吸引到了电视机前。

电视给人以新闻、知识和娱乐,获得了信息,受到了教育,陶冶了情操,开阔了视野,美国人将其比作为“精神食粮”。电视业已成为美国人生活中必不可少的伙伴,垄断和统治了人们本来就不多的空余时间,以至于影响和改变着人们的思想、道德、传统和文化生活方式直至整个社会生活方式。据美国报刊的调查统

计：在美国，人平每天观看电视的时间是3小时以上，妇女比男人看得多，中学生比大学生看得多，50岁以上的老人比50岁以下的中年人看得多。在每天电视的黄金时间里（下午6点半至8点半），全美观看电视的人达一亿多。占半数以上的美国人都是靠电视获得新闻信息。当然，他们看电视大都是为了娱乐、消遣。

尽管电视并非美国人所发明，但电视用于商业乃是美国人的杰作。电视用于传播新闻也是伴随着美国电视商业化的开始而起步的，如美国广播公司的“与新闻界见面”专题节目首播于1947年11月6日，从1948年9月12日至今每周播放一次，节目创始人劳伦斯·斯皮瓦克直到1975年每周都作为该节目的主持人或成员在电视上露面。这个节目历史悠久，堪称世界定期节目之最。

电视的作用是极大的。人称“电视总统”的肯尼迪（1961—1963年在任总统）就是靠了电视这一最新传媒当上美国总统的，他深知电视传播的威力和魔力，从他开始，美国历届总统无一不是靠电视帮忙。因此，美国社会学和传播学家们认为电视具有“国王制造者”和“掮客”的功能。

如上所述，政治活动也属人类社会活动的一部分，但电视影响最大的乃是社会。美国社会学家们普遍认为电视对于社会有三大作用：传递信息作用、教育作用和娱乐作用。这三大作用确实存在，并发挥着越来越大的作用。

“控制信息的权力是控制社会的一个主要杠杆”。这句话很有哲理性，事实也是如此。美国是典型的电视商品化国家，美国的商品电视现已成为一个相当庞大的企业，再加上美国全国各地的5,000多个闭路电视系统，作为ABC、CBS和NBC的补充，堪称“第十企业”。美国的社会学家们也都夸耀商业电视是“社会客观公正的镜子”，“是选择社会的一个缩影”，“极大地开阔了公众的视野”。但在美国这样一个“金钱至上”的社会中，电视之所以成为热门企业，原因自然是与它能为其投资者带来吸引人的利润分不开的。实际上，美国的商业电视是被垄断财团所控制、支配的。因此，美国电视就不可避免地采取又拜又诱的手段——拜广告用户，赢得大量的广告用户，赚取最多的广告费；诱大量的公众，多以暴力、色情节目诱人，赚取收看费。

商品电视的“拜金”主义，给美国带来了一系列的社会问题。从现象上看，美国目前流行着一种“电视污染病”，这主要是由于长时间看电视所引起的。从内容上看，电视除播出新闻节目外，而大量地播出娱乐节目。美国的电视新闻也充斥着荒诞无聊的报道，当然并不否认还有一些很有价值的电视新闻。在电视文艺方面，色情、暴力节目比比皆是，对青少年影响很大。有的青少年与电视为伍，荒废学业；有的青少年仿效电视中的某个形象，行凶作案、自杀身亡……由于美国电视色情和暴力的影响，社会犯罪率急剧上升，成了一个举国注目的社会问题，并且愈演愈烈。据美国报纸报道，1975年在旧金山一个停车场曾发生了一起焚烧电视机的事件，人们高呼着“救救孩子”、“救救社会”的口号，将44台电视机堆放在一起，然后浇上汽油烧毁了，以此发泄人们对电视的不良社会作用的憎恨。

四、美国电视社会学的实践

随着电视的普及与社会作用的扩大，过度沉溺于电视而带来的危害业已引起越来越多的人的重视，所以在美国，有关电视社会学研究的专著和调查报告也随之增多起来。这些研究者和调查者多为美国大专院校新闻学和大众传播学教授、新闻工作者、及研究行为科学的社会学家、心理学家、教育学专家、犯罪学专家等，除此，还有美国政府、大公司、基金会、新闻部门、新闻传播院系也成立了如民意测验所、电视社会学研究所等专门组织对此进行研究。对于电视社会学的研究内容，不论是大众传播学家还是社会学家，都粗略地将其分为三个方面：其一，研究电视的发展史；其二、研究电视网（台）内部活动情况；其三、研究电视对受众的作用和影响，其中以第三项研究为最重要、最普遍、最典型又最难以解决。研究电视对受众的作用与影响，实际上是要研究电视与社会分子和社会细胞乃至整个社会的作用和影响，尤其要研究电视对青少年的影响。

美国电视普及得几乎要人手一台了，但是电视在美国是“第十企业”，而作为商业化了的的企业，其本身就决定了电视必须引诱大量的公众，获得最高收视率。商业化电视为此也必然把暴力和色情节目做诱饵，因此在美国社会上引起了极为恶劣的效果，并引起了社会名界人士乃至总统、国会的注意和争论。

据调查：在美国收看电视时间最长的观众要数少年儿童。早在1970年，就有调查报告揭示2—5岁的孩子每周平均收看电视为30.4小时，6—11岁的孩子每周平均要看25.5小时；1971年的一次调查表明学龄前的男

孩子每周平均收看34.56小时的电视,女孩子为32.44小时;还有一份调查说,学龄前儿童每周收看电视的时间平均为54小时。如今虽有节制,收看时间也是相差无几。可见电视对少年儿童的成长有多大的影响。

美国众多有关电视影响的调查把重点放在了电视节目上。不少人认为只要内容健康,少暴力或色情镜头,多些教育节目,孩子就会受益。但一些学者认为:作为少年儿童不应长时间去看电视,而长时间看电视本身对他们的成长发育有害无益。因此,这些学者提出这样一个问题:电视对于少年儿童究竟是“小甜饼”还是“海洛因”?

1976年1月,合众社报道的一则消息足以说明电视对于少年儿童的麻醉作用:在芝加哥,一个盗贼半夜闯入民宅偷窃。这家住着一个父亲和他的三个儿子,三个孩子分别为9岁、11岁和12岁。父亲发现了盗贼,与之搏斗,结果被杀死了。早晨,邻居发觉这家异于平常的没人出门,就打电话给警察局。警察们赶来了,这时离案发已有十个小时了。警察们一进入住宅,使所有人大为震惊的是:这家三个孩子全都聚精会神地看着电视暴力连续剧,而他们的父亲血淋淋的尸体却躺在离他们身后几英尺远的地方!

这是多么可怕的场景啊!然而这些凶杀案片和色情电视节目都安排到晚上9点以后,一到这一时间,“血幕就上升了”,“枪声就开始了”,构成了“美国生活方式”的一个重要内容。尽管电视的凶杀和色情节目安排在较晚的时间里播出,但播出是给人看的,特别是青少年求知欲强,好奇心大,静坐在电视机前专等着这一时刻的到来。因此,电视的这类节目对青少年的影响极坏,造成了严重的社会犯罪现象,难怪法国著名影视评论家埃纳贝尔在看了美国的暴力、色情电影和电视后说,“暴力和色情好比好莱坞(美国影视的代名词)的一对乳房,它给婴儿吸的是毒乳汁”。

事实正是如此,据美国《国际先驱论坛报》报道:1980年美国电视中播映过影片《猎鹿人》,美国全国反对电视暴力联盟称,美国有16人(大部为青少年)模仿该片中的俄国人飞刀镜头自伤致死。该联盟又称:事实证明,电视暴力足以杀人。

再如1981年3月30日下午2时刺杀美国总统里根的凶手约翰·辛克利事后承认,他是在看了电视里播放的影片《出租汽车司机》之后,受到“鼓励”,仿效出租汽车司机刺杀议员先生而想刺杀里根总统的。

如上所述,美国的电视引起了一系列社会问题,因此也引起了美国各界对电视社会学研究的重视。美国传播学家和社会学家对此进行了研究,这类研究方法大体分为以下三种:

1. 典型调查,即在一定范围的全体受传者中,用一套科学方法选出若干能代表这一全体的特点的人,然后按照预定的调查问题对他们直接采访、打电话、发意见表即采用问卷方式、征求意见,最后对调查结果进行综合分析。如1978年哈里森民意测验所搞了一次调查,对象是1533个普通公民和86个电视系统的新闻部主任及76个首席记者。结果发现他们之间存在的距离非常之大,仅以“娱乐、艺术、文化”一栏为例:观众喜欢的占29%,电视人员认为观众喜欢的占45%,判断差赤字16%。再如:美国全国广播公司于1983年4月也做过一次社会调查,发现有三分之一的观众对电视新闻不满。

2. 实地实验,即挑选两组具有相同特点的人对其中一组进行实验,对另一组进行控制,经过一段时间,然后比较两组在言行上有什么不同变化,或挑选一个人对两个性质绝然不同的环境进行实验。如:从1969年起,美国“卫生部关于电视与社会行为关系科学研究委员会”获得国会数百万美元的拨款,雇用了许多著名的传播学家,社会学家和心理学家,就电视暴力对青少年的影响问题进行了近百次专题研究,其中一项是:要一个不满3周岁的小男孩看两种性质绝然不同的电视节目,在小孩的前面放一个“不倒翁”式的洋娃娃,用闭路电视进行观察,看这个小男孩有什么表现和举动。当看到一般即无暴力场景的电视节目时,这个小男孩大都是轻轻地抚摸那个洋娃娃,当看到暴力电视节目时,同样是这个小男孩,不是摸而是打那同一个洋娃娃,而且次数频繁,平均每分钟至少击打4次。在做出实地实验之后,经过反复分析,最后于1982年5月29日得出结论:通过实地实验得出的初步迹象表明,电视暴力与少年儿童的暴力行为之间确有因果关系。

3. 内容分析,即对电视在一定时期里对某一方面问题的所有报道,进行客观、系统、科学地分析研究,找出带有规律性的东西。如果内容繁杂,可用科学方法抽样调查,从中建立或证实某种理论。如:美国广播公司电视网在1973年9月30日晚播放一部名叫《警察》的影片,次日,波士顿的6名男青年仿效电视将一位女汽车司机拖到空旷的停车场,手拿尖刀,逼她往自己身上浇汽油,然后把她点着取乐,直至烧死。这一惨案引起专家们的注意,他们详细分析了案情,反复推敲,得出:这一暴行与ABC播出的影片有关。(下转15页)

德宗贞元中，太尉于頔帅襄阳，迁县今治、筑土城”条。

② 参阅民国《湖北通志》页674—675，卷18，舆地志十八，古迹四，宜城县“汉南故城”条；及“宜城故城”条的原注末段按语。

③ 参阅徐坚《初学记》卷8，州郡部，总叙，州郡第一，“叙事”引《括地志》。

④ 参阅万历《湖广总志》卷14，第12页，建置二，城郭，襄阳府“宜城县城”条原注；《古今图书集成》第151册，第26页上，方輿汇编·职方典，卷1152襄阳府部，襄阳府城池改，外州县“宜城县城”条。

⑤ 乾隆《一统志》卷270，襄阳府山川“楼子汉”条也有关于羊枯汉在宜城县北30里的记载。其余诸志，不赘引。

⑥ 参阅《元和志》卷21襄州“南漳县”及“宜城县”下原注；《寰宇记》卷145、襄州“南漳县”及“宜城县”原注。

⑦ 参阅《元半九域志》卷1，京西南路，襄州襄阳郡“中下，宜城”及“中下，南漳”两条。

⑧ 参阅《大明一统志》卷60，襄阳府，建置沿革，“宜城县”及“南漳县”原注；乾隆《一统志》卷270襄阳府建置沿革，“宜城县”及“南漳县”原注。

⑨ 同治《宜城县志》卷1，方輿志上，“疆域”条云：“宜城距襄阳府东南九十里”下原注云：“旧《县志》及道、府《志》皆作120里，系指前明潼口站驿路言，今据新驿路改正。”

⑩ 关于古郢县的治所及县境所至，另有详改，见拙作《古郢、维、淝水及宜城、中庐、郢县故址新探》，（收入《古代荆楚地望新探》专著中，即将出书。）本文限于篇幅，不再展开论证。

⑪ 嘉靖《宜城县志》这一段误记之处，例如：说县北30里的“故宜城”为汉宜城县；把宋孝武帝的大明元年说成永初元年，而后者乃是宋武帝年号。缺漏之处，如说了宋孝武帝“筑宜城大堤为县”之后，一下子越过了六朝后期及唐宋七百多年的沿革变迁，毫未交待，就说到“元仍旧制，岁久颓移。”转而叙述元明以后修筑今宜城县城的情况。出现这些问题的原因，可能由于时隔久远，《县志》编者已弄不清过去的确切情况，只是转录、汇编前人记载，兼收并蓄，遂致如此。

⑫ 据1957年11月10日襄阳专区文物普查队宜城工作组《关于宜城县文物分布及特点的考察报告》。

（上接121页）

对电视与社会的调查、实验和分析无疑地促进了电视社会学的研究。美国在这方面论著很多，如玛丽·温著的《电视毒品》（1977年）、史考尼著的《电视与社会》（1965年）等，而这些论著及论文都是批评电视污染的，如称电视为“青少年犯罪的导师”，是“暴力色情学校”，是“教唆犯”等等。也有专家指出：“电视所造成的污染比真正的空气污染问题还要严重”。这些论断对于评论美国电视社会的过失来说，确实不乏精辟之见。

结 束 语

早在1959年，美国著名专栏作家李普曼就曾指出：“电视最大的罪恶是：1.以暴力、色情及犯罪表演毒害无知青年，2.由于上述表演，败坏了社会道德，降低了大众的鉴赏能力”。并发出呼吁制止电视的暴力化和色情化。这些问题直至今日仍然是美国电视所存在的主要问题。美国社会民众十分反感电视暴力、色情化，要求追究电视，但在另一方面，暴力、色情电视有增无减，日益猖狂。当然，美国政府在社会的压力下，也做了一些工作，采取了一些措施。如1968年约翰逊政府被迫下令组成“全国暴力原因及其防止调查委员会”。又如1969年尼克松政府在议会的压力下，成立了一个由12人组成的顾问委员会，负责研究暴力电视对儿童有无影响。如今的问题里根政府对电视又做出要求，严禁使用下流语言，对于明显反映性生活的节目进行制裁，轻者一天罚款2,000美元，重者取消广播特允权。同时对全美各电视网（台）在节目的安排上做出调整，如把X级的电视节目从晚上9点推迟到11点以后播出。尽管如此，电视的社会问题仍未从根本上得到解决。

综上所述，我们可以从中得出这样一个结论：美国的电视业对于社会的作用和影响有其大功，也有其重过。是功过各半。但是美国的电视与社会问题实质上是美国资本主义社会制度的问题。这个问题决不会由于购置几十台电视机所能解决的。