

傳播的 文化修辭

徐國源 著

現代文學研究叢刊
文史哲出版社印行

G206
2015

港台書

傳播的文化修辭

徐國源 著



現代文學研究叢刊
文史哲出版社印行

國家圖書館出版品預行編目資料

傳播的文化修辭 / 徐國源著. -- 初版. -- 臺

北市：文史哲，民 97.02

頁：公分. -- (現代文學研究叢刊; 31)

含參考書目

ISBN 978-957-549-763-7 (平裝)

1.文化傳播 2. 媒體生態 3.文集

541.3407

96001311

現代文學研究叢刊 31

傳播的文化修辭

著者：徐國源

出版者：文史哲出版社

<http://www.lapen.com.tw>

登記證字號：行政院新聞局版臺業字五三三七號

發行人：彭正雄

發行所：文史哲出版社

印刷者：文史哲出版社

臺北市羅斯福路一段七十二巷四號

郵政劃撥帳號：一六一八〇一七五

電話 886-2-23511028 • 傳真 886-2-23965656

實價新臺幣三〇〇元

中華民國九十七年(2008)二月初版

著財權所有・侵權者必究

ISBN 978- 957-549-763-7

序 言

20 世紀 70 年代末，我教書的城市與父母所在的城市相隔 60 多公里，週末的時候常常乘火車往返於兩個城市之間。那時火車還沒有“提速”的說法，60 公里的路程要跑上近兩個小時，遇上晚點，時間還要長些。車廂裏多是木條硬座，封閉也不好，冬天下雪的時候雪花就會飛到窗子裏邊。好在那時的火車上人也不多，同車的多是兩地求學的男女大學生，夜色中上了火車，便隨即打開一本自帶的什麼書，在昏黃的燈光下潛心閱讀起來，車廂似乎成了一間閱覽室，淒清而靜謐，那情景如今回憶起來，真如夢幻一般。時過 30 年後再乘火車，景象已迥然不同。與 30 年前相比，車廂裏豪華了許多，也舒適了許多，速度更是加快了許多；同時也擁擠了許多、喧鬧了許多。比如，車廂已經成了廣告世界，不但牆壁上有固定的廣告招貼，座椅的靠背上、茶几的襯墊上、臥鋪的床單上也都印滿了廣告話語。車廂裏的播音員在報站名時還要順便為這個城鎮加播許多廣告性的介紹，車廂似乎已經變成鬧市。有一天我突然發現，車廂裏再也見不到捧著書本的人。倒幾乎是人手一機（移動電話），隨著音色、聲調各不相同的鈴聲，是數不清的拇指在頻頻扣動。世道真是變了，大變了。僅從傳播媒介的角度看，電子技術產品取代了千百年來的紙本印刷，那無疑是一個巨大的變化。

2 傳播的文化修辭

變化的顯然不僅僅是傳播媒介，同時還有我們的生活節奏、生活氛圍、生活情調、生活理想，變化的還有我們的知覺方式、行為方式、交往方式、記憶方式，以及我們的價值觀念和生存的意義。說到底，是我們置身其中的時代和社會發生了重大的變革。這一切變化當然不能全部歸之於傳媒，但卻全都與傳媒有關。正如大衛·阿什德（D.L.Altheide）指出的：“在我們的時代，身份、個人經歷、信譽以及諾言都被資訊技術和傳播範式所觸及。資訊技術已經影響到了下面所列的事項，並且經常改變它們之間原有的特性和聯繫：工作、吃、睡、愛、記憶、遊戲、戰鬥、學習、研究，當然還有寫作。”這也正如馬歇爾·麥克盧漢高度概括的：“電子媒介構成了文化、價值和態度的全局的、幾乎是剎那間發生的轉換。”

在現代科學技術的裝備下，傳媒已經取得了前所未有的、近乎神奇的力量，這種力量已經切實地改變了人類社會的前進方向、人類自身的生存狀況乃至地球生態系統的運轉。但是，正如我國哲學家金岳霖先生說過的：僅僅靠力量，人類並不能夠解放自己，甚至人類取得的力量有多大，人類就有可能在多大的程度上成為那種力量的奴隸。他的意思是說，隨著力量的不斷積累，往往會產生不斷膨脹的追求力量的欲望，甚至超過生存需要的界限，結果這種力量反倒會成為奴役人類自身的力量。人類其實是不能獨斷專行、為所欲為的，人類社會也不會遵照人類的一廂情願總是突飛猛進。人類應當學會在自然、社會、技術和人類心靈之間尋求平衡、和諧、健康的發展，那麼，這就需要一種大智慧，一種生態智慧。對待現代傳播媒介擁有的、以及開始釋放的巨大力量也應如此，傳媒界不僅應當擁有自己的“高、精、尖”的工程技術人士，更應當擁有自己的“人文知識份子”，擁有自己的

“思想家”、“教育家”。在我看來，徐國源先生的這部《傳播的文化修辭》，就是在這種意義上誕生的。

本書在吸收西方的研究成果時卻時時立足於中國民族文化的深厚土壤中，努力促使西方文化與中國文化、現代文化與傳統文化、以及精英文化與民間文化（即所謂“草根文化”）的交流融會。這應當是徐國源先生多年來的一貫主張，他在他的《草根傳播與鄉村記憶》一書中就曾強烈地表白過“傳播學研究應當中國化、本土化”的立場，他本人早年從事民俗與民間文藝調查研究的實踐，也為此積累了豐富的經驗。他的這一學術優勢，在本書中已經得到了充分的體現。在我看來，一個中國學者能夠自覺地朝著這個方向去做是尤其可貴的。這還不僅涉及一個學者的民族感情與民族自信心，同時，這更符合傳媒學科建設的實際。因為，中國的傳統哲學或曰傳統文化思想，其核心就是一種自然哲學、人文精神。

最後，我不能不向人們交代的是，我自己對於本書中論述的傳播學領域的問題來說基本上是一個門外漢，為此書寫撰寫序言我決非合適的人選。感謝作者給了我這樣一個優先研讀並發表意見的機會，不當之處還要請相關專家及廣大讀者批評指教。

魯 樞 元

2007年4月25日

4 傳播的文化修辭

傳播的文化修辭

目次

序 言	魯樞元	1
輯 一 話語的介面		7
1、媒介作為“環境”		8
2、“真人活劇”——現代人隱喻		15
3、麥克盧漢的媒介平衡觀		20
4、媒介中心，抑或社會中心？		28
5、媒體全球化及其危機		36
6、政治媒體化：政治與媒體的雙重邏輯		42
7、娛樂節目與“快樂”哲學		54
輯 二 傳媒的反思		8
1、大眾文化的定位地圖		70
2、媒體消費主義的沉重“肉身”		78
3、媒體製造的“民間”想像		85
4、部落格“大集市”與人類法則		95
5、重建互聯網的人文生態		100
6、文化傳播的時代迷思		108
7、傳媒生態學建設的若干構想		113

輯 三 記憶的銘文

1、政治威權下的傳播神話	134
2、中國電影百年中的女性圖像	142
3、傳播視野中的“俗文學”	151
4、傳媒體制與民間藝術衰落	164
5、“現代化”改變歷史記憶	168

輯 四 新聞的平臺

1、論傳媒博弈中的倫理準則	176
2、傳播悖論的生態學闡釋	188
3、深度報導的傳播學分析	198
4、深度報導的敘事策略	214
5、深度報導的話語分析	224
6、“特稿”新論	235

後 記	249
-----------	-----

輯一 語話的介面

媒介作為“環境”

研究者很早就發現，傳播媒介具有為大眾構造“虛擬性”社會環境的功能。最早提出這個觀點，是美國著名政治學者沃爾特·李普曼。李普曼在 1922 年出版的《輿論學》一書中，首次提出“虛幻外界與腦中圖景”（The World Outside And The Pictures In Our Heads）這一意味深長的命題。在他看來，人類生活在兩個環境裏：一是現實環境，一是“擬態環境”，後者還形成了“我們頭腦中的圖畫”。他說：

因為真實的外界實在太大、太複雜、轉瞬即逝，使人無法直接熟悉它。我們還無力對付如此多的差別細微，紛繁複雜、變化多端和包容兼併的現象。總之，我們必須在此環境中有所行動，並且在我們力爭能駕馭它之前按一個簡單些的模型重新塑造它。¹

在李普曼看來，那個“簡單些的模型”也就是由媒介創造的“擬態環境”。他認為，在現代社會中，由於現實環境早已變得錯綜複雜，遠非個人所能親身經歷，這時，大眾媒介把“不可觸、不可見、不可思議”的現實環境，經處理後傳遞到人的面前，為人們提供一個可感可知、並彷彿也能親身經驗的間接環境，即所謂“媒介環境”。由此，人們借助媒介組構的圖像，藉以形成“頭

1 Walter Lippmann, Public Opinion (New York: Macmillan 1921), p16。

腦中的圖畫”，並且“人們可以從所讀到、看到和聽到的內容，發展出對物質現實和社會現實的主觀及共認的意義構想。”²

我們知道，媒介的功能並非像“鏡子”一樣，被動地反映現實，而是以特定的視角和手段，經“過濾之眼”選擇後，將現實“再建構”後呈現給人們的。因此，人們從媒介中看到的世界並不是世界本身，而是被媒介選擇、解釋、轉述後的世界。換言之，“現代人實際上生活在一個被媒介製造的‘資訊洪水’包圍的世界裏，對事物的感知、判斷及採取的行動，大都以他們看到、聽到的媒介現實為依據。”³這樣看來，媒介構建的“擬態環境”對現代人的影響和“塑造”實在不可小覷。]

20 世紀是大眾媒介突飛猛進的時期。由於電子媒介和網路媒介的興起，社會的“媒介化”程度迅速提升。人們生活在媒介創造的虛擬環境中，“媒介現實”代替了真實的現實，人們甚至已經無法分清“真實”與“虛擬”的界限。媒介技術所提供的高保真、高清晰畫面，似乎伸手可及，給人以自己同實際環境保持了密切聯繫的錯覺，而事實上，我們所接觸到的，只是二手、三手乃至多手材料的轉述而已。正是從媒介對“真實”的措置開始，一些更深層次的問題接踵而來。

首先，媒介既能構造環境，也經常歪曲環境。按照阿爾都塞的觀點，大眾傳媒是在意識形態支配下的“想像”的結果，而意識形態是一種“表像體系”，是“個人同他的存在的現實環境的想像性關係的表現。”⁴由於意識形態訴諸人的感受，而多數情況

2 參見〔美〕M·L·德弗勒等，《大眾傳播學諸論》（北京：新華出版社，1989），頁 42。

3 張國良，《新聞媒介與社會》（上海：上海人民出版社，2001），頁 63。

4 參見〔法〕路易·阿爾都塞，《保衛馬克思》（北京：商務印書館，1984），頁 203。

下與自發“意識”毫無關係，因而當人們錯誤地把意識形態支配下的“擬態環境”當作“現實環境”，並決定自己的行動的時候，就不可避免地使社會付出沉重的代價。

精神分析學家榮格曾經針對羅馬人的“奴隸心態”，作過一個饒有意味的分析，他說：“每一位羅馬人都生活在奴隸的包圍之中，奴隸及其心態在古代義大利氾濫成災，每一位羅馬人在心理上——當然是不知不覺地——變成了奴隸。因為他經常不斷生活在奴隸的氛圍之中，所以他也透過潛意識受到了奴隸心理的侵染。誰也無法保護自己不受這樣的影響。”⁵顯然，在榮格看來，羅馬人的“奴隸心理”並非天生習得的，而是“奴隸的氛圍”影響的結果。與此相似，在當今的大眾傳播環境中，因媒介的投影無處不在，它的建構環境的功能已大大超越了古羅馬時代的人際之間的傳播，其結果是，人更難保證自己不受社會氛圍的影響。例如，在中國大陸“史無前例”的“文化大革命”中，有多少熱血沸騰的青年迷醉在“權威”媒介虛構的“幻影”之中。同樣，回顧最近一百年來，人類歷史上的戰爭、動亂或其他社會事件的發生，儘管有多種因素，但無疑，被意識形態滲透的傳播媒介則是其中一項重要的“變數”，它策動事件，刺激情緒，鼓噪適合意識形態宣傳的氣氛，其結果是，媒介所製造的虛幻外界使“傳播權力”淪為“社會暴力”。

其次，傳播媒介構建的“擬態環境”，經精心的人為包裝，以假亂真的技術手段，改變了自然的社會生態。在現代社會中，“媒介環境”主要有兩個“要件”構成：一是“媒介事件”，即有意安排的、非自然的人為事件，如新聞發佈會、公關活動、揭

5 參見〔加〕埃裏克·麥克盧漢著、何道寬譯，《麥克盧漢精粹》（南京：南京大學出版社，2001），頁242。

幕剪綵等。在國外，由各種機構或企業的公關人員一手操作；在國內，也有人專門從事“媒體策劃”；二是“媒介人物”，即媒介安排的人物訪談。許多顯赫一時的名流都是借助媒介之手，大出風頭。由這種媒介邏輯帶來的問題是，過多的商業氣息誘發人們的逐利本能和消費欲望；對公關事件的過度注意，則淹沒和沖淡了對現實重大事件或環境重大變動的應有重視；對名人的過度宣傳，也可能引發某些不健康的社會導向等。也就是說，媒介構建的“擬態環境”，已改變了日常生活的本質，人們（更多的是青少年）或許真的以為，媒介所創造的“浮華”、“熱鬧”，便可以代替“油、鹽、醬、醋”，是全部生活的“真實”了。

再次，媒介為了傳播效果，刻意渲染、暗示和刺激受眾“腦中圖景”，其結果則可能影響人的“潛意識”]。“媒介是人體的延伸”（麥克盧漢），這個“延伸”，不僅指人的視覺、聽覺和觸覺的延伸，更是人的精神邊際的延伸。當媒介傳播具有暗示性內容，人會由於情感作用展開聯想、想像，從而出現“變延”現象，而其結果往往會帶來負面效應。例如，2004年6月9日大陸中央電視臺直播自然分娩，引起廣泛關注之後，又於6月30日下午在一套《中國人口》欄目再次直播一高齡女性剖腹產分娩的全過程。對此，在觀眾和社會學家中引發了爭議。請看報導：

前天看完直播後，一位元女大學生對記者說的第一句話就是：“看剖腹產生孩子太可怕了，我以後不打算生了！”

記者發現，原本想推廣普及分娩知識的科普節目，卻讓更多發未婚女性對分娩過程產生一種恐懼感。不少女孩來電反映，收看整個直播過程的時候一直都很緊張，眼睛也睜得大大的，一直到聽到嬰兒的哭聲，才放鬆下來。還有一些女孩說：“雖然我很愛我媽媽，不過我還是認為生小孩是一件很可怕的

事情。我想，如果將來結婚後，老公同意不要小孩子的話，我就打算一輩子不生了。”⁶

由“爭議”引發思考，一些專家認為：“分娩是生命的一個必然過程，但現代社會，剖腹產、拒絕母乳餵養的比例卻不斷上升。而一些影視、新聞節目還過度渲染、暗示分娩過程的痛苦和心理焦慮，這是很不應該的。”按照醫學常識，剖腹產畢竟不同於正常的生命誕生，如果電視還“二度聚焦”這一過程，並“逼真”地進行直播，就更加需要謹慎，要充分考慮其可能產生的社會負面影響。

如果說李普曼著眼於媒介的“建構”功能，提出了“擬態環境”這一理論假設，那麼 M·波茲曼則從媒介的符號屬性出發，直接提出了“媒介作為環境”的命題。什麼是“媒介作為環境”呢？波茲曼的論述，至少涉及三個層面的問題：

第一層面，媒介研究將任何環境視為結構。我們知道，結構的獨特性在於管制內部行為，並形成事物聯繫的規律或規則。例如，一個建築便是一種結構，建築的主要建築設計和構造決定了在基礎結構中如何安排所有其他事物（例如室內設計、硬體、傢俱等），以及最終該建築的居住者如何獲得（或無法獲得）彼此溝通的途徑或人際互動。同樣道理，我們也可以將每一傳播媒介本身視為這樣一種結構，即一種符號結構或曰符號環境，它們由一套專門的代碼和語法構成。

我們在使用任何媒介之時，實際上也在適應媒介這一符號環境。當我們用視覺、聽覺、嗅覺、觸覺和味覺感受或者“感覺”身邊的世界時，也就從媒介的內在符號世界中思考、感知、談論

6 〈央視直播剖腹產引發爭議〉（上海：《新民晚報》），2004年7月1日。

或表現它。例如對電影製作者而言，電影“看起來”像一系列視覺圖像和聲音，等等。從這個微觀層面來理解，當我們“使用”媒介時，不是站在傳播媒介之外，相反，我們其實處於傳播媒介符號結構之中。由此表明，媒介研究其實是對傳播媒介在人類感知、人類意識或者人類思維過程中扮演何種角色的研究。

第二個層面，由第一個層面延伸，當今多媒介時代的符號環境中，已不是一種媒介或一套專門的代碼和語法，而是兩種以上或多套專門的代碼和語法的並存。不難想像，這個多媒介的符號環境，比前面描述的單一媒介符號環境在本質上要複雜得多，也更難研究。就這個層面而言，我們所關注的，是媒介共存的動態影響以及它們之間的互動如何構建了一種合成的符號環境？其符號整體與各個符號部分的總和又有什麼質的不同？例如，網際網路（Internet），它兼具書寫、（靜態和動態）圖像、聲音、電腦、電話等特徵，作為一個獨特而相容的符號環境，其機理特徵是什麼？

第三個層面，作為理解“媒介作為環境”第二個層面的一個擴展，根據媒介生態學，任何一種社會環境就是一個複雜的人際互動傳播系統，其內在的符號結構不僅包括資訊的傳播，還有該環境中人們的行為。因此，媒介生態學還需要一套專門的辭彙和規則來說明人們的行為以及他們如何處理、對待事物，如何相互發生聯繫，以及如何與這個環境以外的一切相互影響。從這個角度來看，我們也可以將一家電影院、一個新聞機構、一個俱樂部或者一間臥室都概念化為傳播媒介，因為這些環境都體現了一套符號結構或傳播方式，很像用於傳播的任何一種傳統媒介。⁷

7 林文剛：〈媒介生態學在北美之學術起源簡史〉，載當代文化研究網 www.cul-studies.com

顯然，波茲曼的“媒介作為環境”主要是從媒介的“結構——符號——功能（意義）”的邏輯線索，來加以闡釋“媒介作為環境”這個問題的。這種研究視角，不可避免地忽略了“媒介環境”的社會學考察，即媒介與社會之間的相互關聯和影響。另外，波茲曼的“媒介作為環境”的觀察角度，儘管對作為“技術”的媒介本身有較強的解釋功能，但畢竟缺乏社會、文化方面的觀照。所以到了 20 世紀晚期，他特別感興趣的已不僅僅是媒介，而是媒介和人類之間的互動給予文化以特性的方式，致力於幫助文化保持象徵意義的平衡。

無論是媒介“建構”環境，或媒介“作為”環境，兩者都指明了媒介具有營造環境的功能。但對於這個人工仿真的、虛擬性的符號世界，以及由它所引起人的意識延伸的結果，對人類來說究竟是“善”還是“惡”？是把人們帶進一個“千禧盛世”，或者是由此出現一個假耶穌——如葉芝筆下的、在耶穌誕生地伯利恆出生的懶洋洋的怪獸？至今，我們似乎還找不到答案。