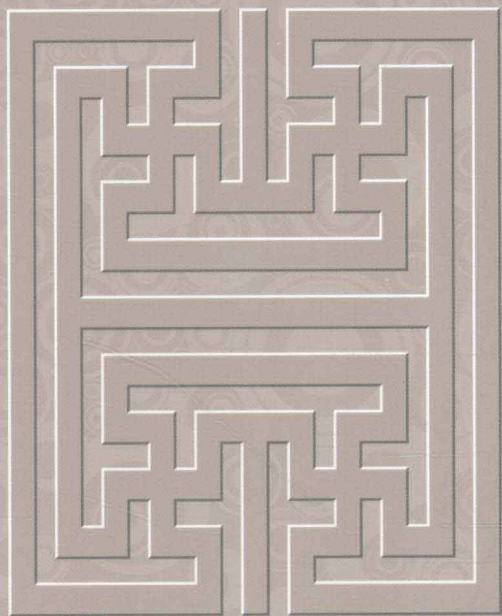




国民艺术素养读本丛书

GUOMIN YISHU SUYANG DUBEN CONGSHU

人与传媒

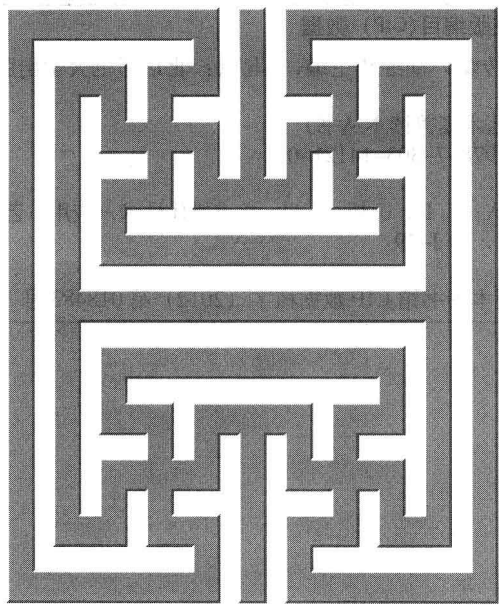
REN YU CHUANMEI

王一川/丛书主编

胡继华/本册主编



北京师范大学出版集团
BEIJING NORMAL UNIVERSITY PUBLISHING GROUP
北京师范大学出版社



国民艺术素养读本丛书

GUOMIN YISHU SUYANG DUBEN CONGSHU

人与传媒

REN YU CHUANMEI

胡继华/主 编

刘纹羽 张 涛
吴 楠 甘晶晶/副主编



北京师范大学出版集团

BEIJING NORMAL UNIVERSITY PUBLISHING GROUP

北京师范大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

人与传媒 / 胡继华主编. —北京: 北京师范大学出版社, 2012.4

(国民艺术素养读本丛书)

ISBN 978-7-303-14121-0

I. ①人… II. ①胡… III. ①多媒体技术—应用—艺术—文集 IV. ①J-39

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 018483 号

营销中心电话 010-58802181 58805532
北师大出版社高等教育分社网 <http://gaojiao.bnup.com.cn>
电子邮箱 beishida168@126.com

出版发行: 北京师范大学出版社 www.bnup.com.cn

北京新街口外大街 19 号

邮政编码: 100875

印刷: 北京联兴盛业印刷股份有限公司

经销: 全国新华书店

开本: 184 mm × 260 mm

印张: 31.5

字数: 580 千字

版次: 2012 年 4 月第 1 版

印次: 2012 年 4 月第 1 次印刷

定价: 60.00 元

策划编辑: 陈佳宵 责任编辑: 陈佳宵

美术编辑: 毛 佳 装帧设计: 毛 佳

责任校对: 李 茵 责任印制: 李 啸

版权所有 侵权必究

反盗版、侵权举报电话: 010-58800697

北京读者服务部电话: 010-58808104

外埠邮购电话: 010-58808083

本书如有印装质量问题, 请与印制管理部联系调换。

印制管理部电话: 010-58800825

总序

这是国民需要艺术的年代，也是艺术需要国民的年代。相应地，国民艺术素养的养成不可缺少。有古今两件事例的对比引人深思。遥想南朝宋人宗炳，一生遍游名山大川，醉心于山水之“畅神”，等到老迈难行，索性把毕生心爱的山水胜景一一绘成图画，“凡所游历，皆图于壁，坐卧向之”，追求的是“澄怀观道，卧以游之”的境界。与这种“畅神”及“卧游”的古人风范不同，今人的旅游热在影视等大众传媒艺术的推广下不断高涨。随着影片《非诚勿扰》的热映，被植入其中的杭州西溪湿地蜚声全国，引来游客接踵而至。当观众心甘情愿地被影片吸引到西溪湿地去寻觅秦奋和笑笑的爱情遗踪时，《非诚勿扰Ⅱ》早已同北京市旅游局签下新的巨额合同了。如今的电影是艺术，也是商业，是期待观众去艺术地消费、特别是艺术地延伸消费的商业。你艺术地消费了影片本身还不够，还要去艺术地延伸消费被影片植入其中的那些令人诱惑之物、之地，如此，影片才算完成了满足观众艺术消费与商业消费交融的双重任务。

要紧的是，与宗炳那样的“卧游”之举今天已难觅踪影相比，类似《非诚勿扰》和《非诚勿扰Ⅱ》这样的艺术消费与商业消费交融而不断刺激和再生产国民延伸消费欲望的场景，还在不断扩散和增长中。这让人不得不感叹：我们确实生活在一个国民需要艺术的年代，但同时更是一个艺术需要国民的年代。确切点说，这是国民需要艺术而艺术更需要国民的年代。再夸张点说，这是艺术需要国民远甚于国民需要艺术的年代。一边是国民的艺术鉴赏愿望确实旺盛，另一边却是艺术产业的艺术生产力及其对国民的消费期待和消费引诱强势增长，迫使国民的艺术鉴赏愿望纳入“被消费”轨

道。因此，尽管伴随“全面建设小康社会”和“社会主义文化大发展大繁荣”的急切鼓点，国民的艺术需要已经被空前地激活了，但更为活跃而又扮演支配角色的，却无疑是当今消费社会艺术市场体制对国民艺术消费行为及其背后的商业消费行为的热切渴求和引诱。我们所面对的，早已不再是宗炳所代表的那种个体期待艺术美化生活的单纯诉求，而是艺术市场期待国民消费和延伸消费的多重诉求的复杂缠绕了。

这就是说，对今天一心一意奔“全面小康”的国民来说，艺术固然仍然拥有传统意义上的个体精神涵养等显在功能，这一点毋庸置疑；但同时却可能会“润物细无声”地蕴藏着商业吸引、权力交换等深层次的隐在功能。在此情形下，国民艺术素养的建设与提升就成为了一种必需。国民艺术素养，在这里固然包含宗炳式个体精神境界的涵养等少数文化人群体所需的单纯内涵，但更多地应是指当前消费社会普通国民的艺术识别能力与艺术鉴赏能力相互交融等综合内涵。正像国民生活需要饮食与衣着素养、安全素养、文字与文化素养、道德素养、情感素养、理智素养、社会尊重素养、自我实现素养等诸种素养一样，国民也同时需要艺术素养，它是国民生活必备的综合素养之一。艺术素养作为国民文化素养的一个组成部分，是国民对艺术和相关文化活动的认知、体验、思考等素质及其养成。如果说，以往流行的艺术启蒙一词更多地是指向艺术的认识现实、改造现实的功能，重在让人们借助艺术的特殊光芒去洞烛现实的规律以便改造它，那么，艺术素养一词则侧重于体现艺术对个体素质的养成功能，着眼于艺术如何服务于国民的自幼至长乃至终身的人格塑造和涵养。这时，国民艺术素养就应当受到艺术学、美学的更多关注。在这个意义上，艺术学理论或美学可以实际地成为一种国民艺术素养学，即研究国民艺术素养的学科，其研究重心在于国民艺术素养的养成规律。

我们这里讨论的国民艺术素养，是指国民面对艺术时展现的选择、理解、质疑、评估和创造等个体素质和涵养，由媒介素养、形式素养及其他相关素养的总和构成。对此，不妨从如下三个关键词去作简要分析：国民、艺术、素养。国民，就年龄来看可以有婴幼儿、少年、青年、中年、老年等；就身份来看可以有幼儿园学生、小学生、中学生、大学生等；就职业来看可以有工人、农民、商人、军人、管理人员等。还可以从性别、阶层、民族、信仰、教育等去分类。艺术，就通常分类来说可以有文学、音乐、舞蹈、戏剧、美术、建筑、书法、电影、电视、时装、广告等门类形态，当前也扩展到日常生活中的美食、美容、美发、美体、家居美化、环境美化等过程中。素

养,就其通常含义看,可以有素质、能力、才能、技能、修养、禀赋、涵养、风度、风采、风范等多种彼此相近的理解。把国民、艺术、素养这三个概念合起来理解,则可以见出国民艺术素养的如下内涵:国民艺术素养是指个体在面对艺术品及艺术生活中所展现的素质、能力、才能、修养、禀赋、涵养、风度、风采或风范等。对这样意义上的艺术素养,很难做出它同非艺术素养存在清晰区分的判断,因为这里列举的“艺术”显然体现了艺术门类形态和日常艺术生活过程相互渗透的特定状况。

而从具体层面来看,国民艺术素养可以包含如下层面(由外层向内层、再由内层向外层):一是媒介体认力及感官快适,二是形式感知力及形式快适,三是意象体验力及情思快适,四是蕴藉品味力及心神快适,五是生活应用素养及身心快适。相应地,如果用我习惯采用的以感兴为基座的概念构架来表述,那么,这种艺术素养就应包含如下层面:媒介触兴、形式起兴、兴象体验、兴味品鉴、生活移兴。此外,从具体要素来看,国民艺术素养可以包含如下能力(平行地看):艺术感知力、艺术理解力、艺术判断力、艺术想象力、艺术鉴赏力、艺术行动力等。当然这样的列举还可以增加。

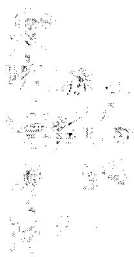
推进国民艺术素养研究,其实正是出于适应当代艺术活动新方式的必然要求。今天的艺术活动的新方式在于,首先,它不再仅仅作为单纯的个人创造,而是更多地作为文化产业机构的批量产品出现;其次,它不再仅仅以艺术家个人的创造力及人格为重心,而是以公众消费、公众接受和公众行为为重心;再次,它不再仅仅以“百看不厌”的经典标准为最高追求,而总是顾及国民日常生活中丰富而多样趣味的适时满足以及个体亲身体验;最后,它不再仅仅作为高雅的精神享受而存在,而是高雅精神享受常常深嵌入通俗的物质生活过程中,形成精神生活与物质生活的更复杂的交融。在这里,艺术家个人的创造力固然重要,但国民或公众的审美能力或艺术素养或许更有价值。确切点说,我们正置身在艺术不再是超脱于生活之上的纯精神享受,而是精神享受同日常生活的物质过程相互渗透的时代,也就是人们把艺术不再仅仅当做单纯的个性化创作和鉴赏,而是同文化产业制作、媒体包装、讯息轰炸、消费者炫耀、个体亲身体验等密切相连的时代。在这样的艺术与审美广泛地渗透到日常生活的各个角落的泛艺术与泛审美时代,国民现有艺术素养还能同原来理解的单纯精神素养一样吗?国民难道不应当让自己武装起来,以便冷静地应对艺术消费大潮的轮番冲击吗?

国民艺术素养研究是我近年来倡议开展探讨的一个领域。考虑到这项工作在我国学界尚处学步阶段,首先编撰一套国民艺术素养读本丛书是适宜的,可以满足读者涵

养与提升自身艺术素养之急需。本丛书目前计划由四种组成，即《人与审美》、《人与艺术》、《人与文化》、《人与传媒》，将分别从人与审美、人与艺术、人与文化、人与传媒四个侧面去展示国民艺术素养的涵养途径。我衷心地希望这套读本丛书能对读者朋友有所裨益。当然，它们只是一种初步的辅助性阅读路径，而真正的阅读和涵养还有赖于读者朋友手捧原著。



2010年11月15日于林萃西里



密涅瓦的夜枭，在黑色降临时起飞。黑格尔诗意的文字，以否定方式道明了古希腊文化之衰落的命运，及其接受人类反思的命运。然而，我们不妨肯定地说，人类的一切生命活动及其产物，只有在它臻于一定境界，及于相当的制高点时，反思才是可能的。“传媒”，是一个实在的例子，颇能说明文化与反思之间的关系。“传媒”，与人类共在了几千年，为人类效力了几千年，直到它同人类血肉之躯融为一体而其形态多变而日趋精致之时，人类才蓦然回首，重新发现传媒，反思传媒。一切反思，无不指向文化，指向“人与传媒”。

“鸟鸣嚶嚶”，“求其友声”（《诗·小雅·伐木》），鸣禽如此，人何以堪？举凡血肉凡胎，结伴而群居就是其本能欲望，因疏离群体而感到的孤独，就是心灵所遭受的一种酷刑。德国诗人荷尔德林（F. Holderlin, 1770—1843）说，“生之重轭，吾人独自难担”（es ertrug keener das allein）。“谁谓河广？一苇杭之”（《诗·卫风·河广》），宋客卫邦，情何以堪？只要是人，就需要发现符号，创制符号，通过交流与他人结成族群，构造家庭，铸成民族与国家。通览现代民族形成的历史，眼观20世纪国际社会变幻风云，安德森（Benedict Anderson, 1936— ）断言，民族乃是“想象的共同体”。在想象的共同体之形成过程中，印刷术与资本携手共进，在古代王朝没落的废墟上和中古信仰衰微的真空中，为现代民族及其意识形态的登堂入室铺就了通途。

“传媒”，是传播（communication）与“媒介”（media）二字合成之新词。“宣传播天下，成使知闻”（《北史·突厥传》），“传播”于此，有传扬、散播之意，同今人所悟相去未远。“会于嬴，成昏于齐也”（《左传·桓公三年》），杜预注：“公不由媒介，自与齐侯而成昏，非礼也。”“观古今用人，必因媒介”（《旧唐书·张行成传》）。“媒介”于此，有“中介”、“接引”之意，指把两方或多方连接在一起的物件。“媒介”之“媒”，古义同男女婚配相连，见《诗·邶风·伐柯》：“取妻如何？匪媒不得。”郑玄注：“媒者，能通二姓之言，定人室家之道。”桑中之约，秦晋之盟，百年之好，千载

之缘，必须有月下老人牵线搭桥，必须有媒妁之言且尊父母之命，否则就是淫奔野合，伤风败俗。

西文的“传播”(communication)，与“免疫”(immune)、“共同体”(community)享有同一词根(mune)，而同“言谈”、“礼俗”、“献祭”具有语义关联。给予、告知、迁移、传输、交换，都是“传播”的应有之意。概而言之，传播是一种复杂而又流动的关系网络，既包括人际的实际互动，也包括同神、亡灵、虚拟之物的象征性互动。根据彼得斯(John Durham Peters)的考辨，“传播”与“逻各斯”一样，歧义百出，飘忽不定。若怀着德里达一样的胆识和学识，穿越古埃及、古希腊、古希伯来彼此涵化的文化脉络，追逐“传播”的踪迹，同样也可以质疑整个人类思想的传统，颠覆人类文化的巨构。不过，想象丰富的彼得斯还是谨慎地点出：直到19世纪末期，“传播”(communication)一词还没有作为一个“问题”被剥离出来，直到20世纪40年代，“通讯”(communication)一说还没有登台亮相。真正现代意义上的“传播”概念及其相关学说，乃是20世纪思想围绕科学与人文、自然与文化、野蛮与人道、暴力与良善、技术与人性等重大主题展开争论的产物。^①

同样，西文的“媒介”(medium, media)，是指“中间”、“中介”、“工具”、“手段”、“方法”、“路径”。进食需要手口，行路需要双足，远行需要车马，涉水需要舟楫，“媒介”直接就是手口、双足等躯体组件，及其无限延伸。物在近处，则伸手可即，躯体可触。物在远处，则需石块、棍棒。石块、棍棒就是媒介，充当了现代意义上的人造肢体(prosthesis)的作用。威廉斯(Raymond Williams, 1921—1988)指出，直到17世纪中叶，人们一直在单数意义上使用“媒介”(medium)，仅指“中介”，意思平淡无奇。而19世纪中叶以来，单数媒介莫名其妙地转化为复数媒介(media)，而后者被广泛使用，特指日益变得重要的广播、新闻，并与传播技术紧密相关。从此，“媒介”剥离了古旧的“中介”语义，而获得了技术和意识形态意义。在技术上说，媒介指“插入传播过程之中用以扩大并延伸信息传送的工具”，它包括声音、视觉、印刷等复杂的传播技术体系。在意识形态上，媒介指资本主义经济、政治、文化体系。^②作为传播技术体系的媒介变得越来越重要，以至于麦克卢汉一言以蔽之，“媒介就是人的延伸”，进而支配了人的命运。从结绳记事、口述史诗到鸿雁传书、洛阳纸贵，再到“电力”时代媒介技术的强大内爆，沿着媒介进化之草蛇灰线，不妨书写人类文化的史诗。20世纪60年代，麦克卢汉用长时段的眼光来感受三千年人类文化“部落化”到“解部落化”及“再部落化”的节奏，将现代媒介的内爆绘声绘色地讲述了一场“宇宙大爆炸”景象：“地球村”、“电子人”、“信息采集者”、“电光人”、

① 参见[美]彼得斯：《交流的无奈：传播思想史》，何道宽译，5~8页，北京，华夏出版社，2003。

② 参见[英]威廉斯：《关键词》，刘建基译，99~300页，北京，三联书店，2005。



“游牧者”，于焉生成。在电子文化时代，妻子变身为妓女，一如乔伊斯笔下的低俗歌手莫莉，水性杨花，四处亮“色”；欲降格为淫欲，幸福荡然无存，快乐四处弥漫。麦克卢汉此言，夸饰登峰造极，极言媒介的至上权能及其对人类生命的强大影响，虽不乏哗众取宠之意，但有未卜先知之明。媒介本为人类格物与役物的器具，而今却喧宾夺主，成为主宰人类生命的“至尊之神”。20世纪80年代之后，媒介节节攀升，与电子、影像、声音、身体、营销等各种技术家族联姻结盟，蚕食传统文化、高雅文化、主流文化、正统文化的疆域，“媒介文化”应运而生，普遍泛化，几乎覆盖了人类整个生活世界，内在生活和外在生活、私密生活和公共生活。烟花万重，幻象生殖，模拟超越真实，肉体消费自我，媒介自律而崛起，与种族、金融、技术和观念一起并称全球化时代的五大文化景观。

早在1929年，心理分析学说的缔造者之一弗洛伊德便看到了媒介技术对人类生活的巨大推动力量。在《文明及其不满》中，他写道：

人类利用一切工具来完善他的运动和感觉器官，扫清行动道路上的界限。动力将巨大的力量置于他的掌控之下，像他的肌肉一般，可以用于四面八方；因为有了轮船和飞机，汪洋大海和高天长风都阻挡不了他的运动……人类，俨然成了人造的神。当他配备一切辅助器官时，他真可谓赫赫威仪，气壮山河，可是这些器官并没有化入他的肉身，还不时给他制造许多麻烦。^①

因媒介之襄助，人类俨然成为新神。在被基督教传统浸润了一千多年的欧洲文化语境下，这样的说法同尼采的“上帝已死”、“超人当立”所显示的离经叛道及其震撼效果，几乎没有什么两样。到了20世纪末和21世纪之交，更有论者危言耸听，预言媒介已经化入了人类的骨髓，融入了人类的血脉，致使人类脱胎换骨、洗心革面，最后进入“超人”、“后人”、“外人”和“非人”的时代。剔除夸大其词的断语及其唯恐天下不乱的修辞策略，这些流布了一个多世纪的情绪和散播了一个多世纪的言说，至少包含着一个基本的事实：人与媒介互相需求，交相推助，彼此塑造。

人类最初所得，为俯仰即是自然媒介。在象征主义诗人波德莱尔（Charles Baudelaire, 1821—1867）眼里，日月山川，草木鸟兽，色彩香味，一并作用人的感官，而产生多层次的共契，整个宇宙俨然一个象征的森林。其实，18世纪德国学者赫尔德（Johann Gottfried von Herder, 1744—1803）就抢得先机，断言自然声音是传播激情的媒介。虽然在进化中理性压倒了感觉，人为语言取代了自然声音，但演说者慷慨激昂的陈词。诗人如泣如诉的歌吟。歌者催人迷狂的演唱，舞者风情万种的表演，

^① Sigmund Freud, "Civilization and its Discontents", *Standard Edition of the Complete Psychological Works of Sigmund Freud* Vol. 21, Oxford: Hogarth Press, 1929, pp. 90—92.

无不是在模仿自然声音，传递着自然声音的幽远余韵，及其原始野性的生命力。人类在童年时代第一次听到这些自然声音，看到这些令人惊叹的浪漫媒介之自然运用，而并不知道那时候它们把多少畏惧与狂喜、惊恐与欣慰的色彩注入我们纯洁的心灵。自然媒介之运用及其效果，总是有几分浪漫神奇之效，而无分古今中外。“因归鸟而致辞兮，羌宿高而难当。”（《九歌·思美人》）归鸟是屈原寄情的自然媒介，往后便有“思附鸿雁达中情”的传统。^① 鸿雁传书，青鸟达情，人在天涯缥缈间。自然媒介之脆弱，往往引发了骚人墨客绵延不尽的忧生忧世之情。“征雁务随阳，又不为我栖”（李白《感兴》）。“莫就离鸿寄归思，离鸿身世更悠悠”（宋祁《感秋》）。“欲问归鸿向何处？不知身世更悠悠”（李商隐《夕阳楼》）。“玉钗缄札何由达，万里云罗一雁飞”（李商隐《无题》）。“青鸟不传云外信，丁香空结雨中愁”（李璟《摊破浣溪沙》）。德国早期浪漫主义的精神领袖之一，哲学家谢林（F. W. J. Schelling, 1775—1854）说，我们人类拥有一种比任何文字媒介都强大的启示媒介，那就是“自然”，它包含着种种尚未破译的密码蓝本。所以，在浪漫主义诗人诺瓦利斯（Novalis, Georg Philipp Friedrich Freiherr von Hardenberg, 1772—1801）笔下，自然世界的光、色、火、水、山峦、雾霭、夜空、星月，一切都是神秘或神圣启示的媒介，不仅为诗人的情感而存在，而且为神性的圣爱而存在。人类利用外在自然符号，创形象以象征，化实景为虚境，上达虚灵的神性，内至深邃的心性，从而建构一个有别于物质宇宙的符号宇宙。

人的身体、手势，人的面相、声音，都是自然媒介。特别是借助于口语媒介，人类在远古之初，就载歌载舞，唱出了最初的文学。口语媒介利于空间传播，使人在面对面的交流中将讯息拓展到身外空间，从而拓展了人的存在范围。泰古时代的歌手弹奏竖琴，讲述着渺远的黑暗时代英雄们的故事。远游与还乡，英雄所遭遇的十磨九难，及其所创下的伟业丰功，通过一代一代歌手们的表演而踵事增华，故事的神韵得以万古流芳。以口语媒介为辐照之轴，形成了古希腊“逻各斯中心”文化传统，随后便演绎了文字入侵口传文化，口传文化镇压文字的文化悲喜剧。文字赋予了传统以物质稳定性，从而将讯息从口口相传、面面相觑的交流之中解放出来，免于时空限制，获得了自由。在印刷术诞生之前，手稿文化成为各种社会势力的角斗场。不论是西方流传千年的“寻找金羊毛”传说，还是中国武侠小说中叙说的“宝典”、“秘籍”故事，都不妨读作手稿文化及其巨大能量的寓言。印刷术之诞生及其推广，伴随着启蒙思想、宗教改革、工业革命和资本主义等历史节点，并参与了现代世界的塑造，呼唤着全球一体化的降临。

在电讯文化的黎明，电话作为私密交流的媒介进入了人类的生活。电话意味着声音的延伸，以及躯体的远距离接触。1906年至1913年，法国作家普鲁斯特（Marcel

^① 参见钱钟书：《管锥篇》（第二册），619～621页，北京，中华书局，1979。

Proust, 1871—1922) 创作了鸿篇巨制《追忆似水年华》(À la recherche du temps perdu)。人们习惯于将这部巨著读作“意识流小说”、“心理小说”、“时间小说”、“空间小说”，但丝毫不妨碍我们像哲学家德鲁兹那样，从传媒的角度将它分解为爱情符号、社交符号、印象符号和艺术符号，从而将它读作“媒介小说”。在作品所描述的交往世界之中，一个重要的交流媒介就是电话。在一次上流社会的晚会上，男主人公焦急地等待心爱的女孩阿尔贝蒂娜。女孩没有如期而至，主人公幻想的风月之夜反成为痛苦的煎熬之夜。欲望得不到满足，愿望化作泡影，男主人公悻悻地回到卧室，百无聊赖，满腹愁怨，软硬兼施地支走女仆，等待阿尔贝蒂娜打来电话，等待“救星般的呼唤声”。

……我继续开始静候佳音，开始经受折磨；在我期待的时刻，从耳朵捕捉声音，到大脑做出选择分析，再由心灵传达分析结果，这循环往复的运动是如此神速，我们几乎难以觉察到其时间的流逝，似乎感到我们是用心灵去倾听。

我备受折磨，屡屡惴惴不安地盼望迟迟不响的电话发出呼唤，但是愈是渴望，愈是失望。正当我被绞在孤寂、焦虑的螺线中痛苦地旋转，到达极点的刹那间，人如潮涌的夜巴黎猛然与我贴近，在它的深处，在我的书桌附近，我突然听到了一记美妙的机械声……这是电话的转盘声。我跃身扑去，正是阿尔贝蒂娜。……

我身体的一部分已经属于阿尔贝蒂娜，另一部分迫切需要与它结为一体。……^①

然后是一段缠绵悱恻的对话、一场情场上的尔虞我诈，一个请君入瓮，另一个半推半就。一个欲火中烧，另一个欲擒故纵。最后阿尔贝蒂娜答应雇一辆马车，马上来到主人公身边。无形的音讯便穿越了夜幕笼罩的巴黎，传入了主人公的卧室，双方的肉体虚拟地拥抱在一起。在此，电话成功地将一个孤寂的男子和一个犯罪的女人勾连在一起，在虚拟的空间放纵无边的欲望。始于口语引诱，终于肌肤相亲，或许这就是成功交流的典范，逾越混沌的时空而触摸他人的肉体。然而，电话交流并不总是成功。20世纪30年代，帕克(Dorothy Parker)创作《等待一个电话》(A Telephone Call)，以内心独白的方式披露一个女人的心迹：疯狂地乞求男友给她打个电话。这个被乞求的男人没有打来电话，女人依旧在自我折磨，在折磨中等待。一个电话，像“戈多”一样，永远也等不来，天空地白。等待一个绝对不会打来的电话，具有了深邃的象征

^① [法] 普鲁斯特：《追忆似水年华》(下)，李恒基等译，981页，南京，凤凰出版传媒集团 译林出版社，2001。

意义：交流是一种无奈之举，孤寂之人不知如何同世界建立联系。作为电讯文化之先驱，电话备受讴歌，诗人也为之叹息：它既是罗曼蒂克幽会的工具，又穿不透人与人之间的蒙眬，既让人梦系魂牵，又让人苦苦守望，寂寞等待。由此可见，传播方式与传播媒介历史，在某种程度上塑造了个体的精神品格，浪漫的悲情苦感同书面交流媒介难解难分。很难想象，如果人类没有发现书信这种交流媒介，还有没有卢梭的新爱洛伊丝之爱的情怀和歌德的少年维特之怨艾；如果人类没有发明电话，还有没有长歌浩叹的《追忆似水年华》和漫游都市的《尤利西斯》。

传媒塑造了个体的情感与人格，更是参与了现代民族与国家的建构，甚至还隐秘地改变了国际秩序。军事技术史告诉我们，陆军海军通信系统在19世纪经历了戏剧性的变革，这些变革同摩斯电码体系（Morse code）和梅耶信号体系（Meyer Signals）以及其他电讯系统的发明唇齿相依。应该说，这些电讯体系都是传媒体系，但它们的发展却不可避免地同军事技术的发展要求紧密相连，而且直接成为军事通讯体系的组成部分。摩斯电码方便快捷，一直沿用到第一次世界大战，然而其电报码头是A和B两个字母相加，口诀为“against the barbarian”（打击野蛮人）。因此，作为电讯技术的发明在这个语境下就被赋予了微妙的历史意义，征服被转化为传播文明，打击野蛮，从而将惨无人道的战争合法化了。媒介帝国主义，也许就是以欧洲的眼睛打量世界，用电讯媒介将他者野蛮化、妖魔化，从而用媒介演绎诅咒，以武器散播文明。建立在电讯媒介之上的现代欧美帝国，同建立在文字媒介之上的古代罗马帝国，其精神一脉相承。电讯媒介使欧洲列强分割和主宰世界的帝国野心日渐膨胀，恐吓与诱惑兼施，武器与礼物并用，向东拓展又向南延伸，全球化版图于焉浮现。

在西方的注视下，媒介帝国的版图以指数级速度拓展。消费流波的蜜与油掺和着暴力疆场的泪与血，在这个版图上有节奏地流荡，氤氲生动。1991年初，海湾战争爆发。以美国为首的欧洲联军对伊拉克的军事基地和平民驻地展开大规模的空中打击。开战第一个月，空中所释放的高能爆破力量就已经刷新了“二战”期间盟军的记录。系统的海陆军事打击招致了100000人死亡，还不包括随后因饥饿和疾病而丧生的平民。然而，现代传媒技术将战争变成了电子游戏，将暴力场景演绎为媒介景观。传媒理论家鲍德里亚（Jean Baudrillard，1929—2007）撰文论说战争之道，论点惊世骇俗：“海湾战争从来没有发生”，“海湾战争现在没有发生”，“海湾战争将来也不会发生”。^①不知者谓其睁着眼睛说瞎话，为“完美的罪行”文过饰非，将人世间的“惊险”偷换为游乐场的“惊艳”。知者则谓此君有言在先：当今之世，真实被物品谋杀，物品被符号谋杀，符号被幻象谋杀；当一切被谋杀罄尽，“超真实”（hyperreality）横空而降，主宰着忧患得失，爱怨痴嗔。“超真实至上无外，为艺术之极限，为真实之极限；往复

^① Jean Baudrillard, *The Gulf War Did Not Take Place*, Sydney: Power Publications, 1995, pp. 1-2.

换位，在拟像境界上，亦是作为其渊藪的优势与偏见之极限。只因整个浸润于模拟……超真实便超越了一切再现。”^① 故此，鲍德里亚惊世之论，其源有自，微言大义尽在“超真实”一说当中。现代传媒技术体系将战争、暴力、罪孽、痛苦转化为被编码的真实，一种“真实之真实之真实之真实……”，一言以蔽之，“超真实”。“超真实”是为媒体景观，引来受众的围观、喝彩和哗然。至于媒体景观背后的实在屠杀，鲍德里亚保持沉默。而这副色相堪称“媒介犬儒主义”，这种姿态可称“技术宿命主义”。如此景观始于20世纪末，延续到今日，媒体景观万花筒依旧在旋转：“9·11”恐怖主义者草描的“八卦世界”，萨达姆的“国恨家仇”，SARS上演的“都市空城计”，本·拉登幽灵般的前世今生，苏丹破灭的“帝国梦”，卡扎菲时代落幕黯然……在媒体万花筒前，只有受众围观，批评缺席。对于“惊艳”深处的“惊险”，更无人“惊叹”。天不言，人不问，一江春水向东流。

批评在媒介景观面前出场，有赖反思姿态的确立。第一次世界大战之后，欧洲人面对满目疮痍，开始了从人类行为角度对传媒的反思。第二次世界大战之后，蕴涵在传媒反思之中的张力被拉至极限。在批判理论、社会理论、存在哲学、语义哲学、语用理论以及公共理论等多重视野的交织之中，传媒与人的关系呈现出悖论样式。传媒成为一个富有弹性的概念，同人类的行为及其伦理道德后果有着剪不断理还乱的关系。我们不妨化用雅柯布逊（Roman Jakobson, 1896—1982）的人际沟通模式，来清点和排布这些五花八门风貌各异的传媒理论。第一，从“发信人”（addresser）看，传媒就是宣传、操控甚至欺骗，导致了“魔鬼崇拜”，大众挣断了“铁的镣铐”，却换来了“银的镣铐”。行为主义和批判理论视野下的理论家大致在这条理路上思考。第二，从“收信人”（addressee）或受众看，传媒就是创造性的解码、选择性的编码，以及补偿式的阅读。在反抗和协调的接受行为中，一种“重叠共识”在受众之中形成。接受理论、受众理论以及“文化研究”，就在这条阵线上作战。第三，从解读的参照“语境”（context）看，传媒就是跨越差异交流参与，杂语沟通，从而营构出一种堪称乌托邦的理想交往情境，增益于社会的和谐与正义。语用论、社会正义论和公共理论，大体上就由此而发。第四，从发信人和收信人共同占有可以通约的符码（code）看，传媒就是消除语义模糊，拆解人际壁垒，从而达到意义的澄明境界。语义哲学、存在哲学以及解构论，就在这条思路上展开。第五，从传媒的物理渠道或触媒（contact）看，媒介就是信息（“讯息”），媒介就是人的延伸，新媒介造就新情境，新情境塑造新行为。媒介决定论、技术决定论以及文化宿命论，即从这条思路生发出来。^②

① Jean Baudrillard, *Simulations*, New York: Semiotext (e), 1983, p. 147.

② 关于20世纪传播观念的争论，参见[美]彼得斯：《交流的无奈：传播思想史》，何道宽译，北京，华夏出版社，2003。关于媒介研究当代学派，参见[美]伊莱休·卡茨等编：《媒介研究经典文本解读》，常江译，北京，北京大学出版社，2011。

传媒概念的悖论，决定了人们对传媒前景忧乐参半的情绪、犹豫彷徨的立场。一种论点认为，传媒可使杂语沟通，肝胆相照，行动协调，从而消除语义模糊，破除人间屏障，导入进入话语的嘉年华。另一种论点认为，传媒本来是“无奈之举”，交流终归是“对空说话”，因此必须放弃交流的梦想，怀藏触摸的渴望，跨越灵魂去彼此拥抱。忧者自忧，乐者自乐，然而传媒与人的关系，而今已经是躯体与人的关系。人离弃了传媒，正如心灵离开了肉体，不是寸步难行，而是烟消瓦灭。我们相信，人类发现、创制、征用了媒介，媒介反过来又塑造、改造、延伸了人类。在这个过程中，人利用媒介让世界供给物质资源而增益自身，传媒世界因此而成为主体之乐土、主体之王国。即便人类在这片乐土上活得并不惬意，他依然我行我素，将它据而有之，制而用之。^①

怀着了解传媒、利用传媒以及反思传媒的意向，我们编撰《人与传媒》。全书由四个专题构成，因而分为四辑。第一辑为“发现传媒”，力求通过选文呈现传媒的进化，跨越各种媒介形态，上起自然媒介，下至现代媒介文化景观，叙述虽属“宏大”，但以长时段眼光感受历史节奏，脉络尽量分明。第二辑为“传媒与社会”，力求通过选文呈现传媒对社会的影响，内容千头万绪，关系驳杂难分，但以生活、社会、历史、文化、人类为主题词，将传媒与人的互动呈现出来。第三辑为“传媒与艺术”，力求通过选文呈现传媒对艺术的生产方式、存在方式和阐释方式的影响，以媒介优先的原则来描述艺术形态的变化。第四辑为“理解传媒”，力求通过选文呈现传媒在古典、现代和后现代视野中的境遇，引导人们在前人的指点下进一步思考人的生存境遇与传媒的关系。

为方便读者阅读和思考，我们对每段选文都进行提炼，用主题词概括其内涵，对原文作者进行简单介绍，并加上简短的导语。每一章末尾安排一个“编者旁白”，对选文进行评点，对内容进行提升，并提出问题，抒发感叹。用古希腊戏剧作比喻，不妨将本书每一章都视为一幕戏景，所选文章的作者都是演员，他们演绎着人与传媒的故事，编者是穿针引线的“跑龙套”，“编者旁白”则想起到“合唱歌”的作用，评点戏景，质疑情节，关注主角命运，提示观众思考，抒发旁观者感叹。

鉴于选题的特殊性，本书的选编标准为：古今并纳，中外兼收，雅俗共赏，长短相间，风格多样。“人与传媒”选题具有相当强的技术性，有些属于自然科学专家系统的文字，本书予以割爱，而偏重于人文思索和文采修辞的文字，本书偏爱有加。原因在于，要增益国民素质，图书的可读性为第一要务。选文受到本书体例和篇幅的限制，肯定有重要文字漏选，或者所选文字不够完整，本书聊备一格，有心读者自有补救之策。由于编者水平学力有限，且缺乏经验，错漏难免，恳请方家不吝指正。

（胡继华撰）

^① Elizabeth Grosz, *Time Travels*, Durham and London: Duke University Press, 2005, p. 151.

目 录



导 言	1
-----------	---

第一辑 发现传媒

第一章 自然传媒	2
荷马史诗是口传文学（阿尔伯特·贝茨·洛德）	3
对话和爱欲（彼德斯）	6
语言沟通要素（雅柯布逊）	11
表达激情的自然音（J. G. 赫尔德）	15
思附鸿雁，达中情也（钱钟书）	16
世纪末的华丽（朱天文）	18
埃菲尔铁塔——传递无限信息的象征符号（罗兰·巴尔特）	24
伪币——良善与罪孽的媒介（波德莱尔）	27
自然——诗性灵媒（诺瓦利斯）	29
编者旁白 自然，为媒介传播造就广阔的天地	36
第二章 传媒的流变	40
书面语言——变革的催化剂（罗杰·菲德勒）	41
手稿文化（麦克卢汉）	43
书写的传播对罗马帝国的影响（哈罗德·伊尼斯）	45
印刷时代的到来（罗杰·菲德勒）	49
日报与书馆——传媒进入现代中国（王韬）	53

电视：让世界变小（罗杰·菲德勒）	55
电视串播（尼古拉斯·阿伯克龙比）	57
无线电广播：你们向天空说话（彼德斯）	60
电话：伸出手去触摸人（彼德斯）	64
编者旁白 传媒变革进行时	67
第三章 现代传媒景观	71
万宝路香烟——“真正男人的标志”（道格拉斯·凯尔纳）	72
电视广告（马克·波斯特）	76
激情与时尚：杂志（斯科特·拉什）	81
信息、权利与知识（斯蒂格勒）	85
赛博宣言（哈拉维）	90
作为主流的因特网（保罗·莱文森）	96
电脑居民（罗杰·菲德勒）	99
永久的博客，无所不写（保罗·莱文森）	104
微博：弹指挥就的传播（保罗·莱文森）	108
斯派克·李的电影：听到黑人的声音（道格拉斯·凯尔纳）	111
快板歌：黑人的音乐（道格拉斯·凯尔纳）	115
编者旁白 百花齐放的现代传媒	119

第二辑 传媒与社会

第四章 传媒与历史变迁	124
服装——历史文化信息的记录者（爱德华·傅克斯）	125
印刷术与民族主义的起源（安德森）	129
玩具、镜子和艺术（保罗·莱文森）	136
神奇的口头传统（哈罗德·伊尼斯）	141
热媒介与冷媒介（麦克卢汉）	146
秦俑——凝重的历史（袁仲一）	151
青铜饕餮（张光直）	154
编者旁白 作为媒介演变史的人类文明史	157
第五章 传媒与社会生活	161
走向人性化的媒介（保罗·莱文森）	162