

论当代文化的传媒化趋向

徐震

(首都师范大学 文学院,北京 100089)

摘要:伴随着现代传播技术的发展,当代文化的传媒化趋向已经在中国文化中凸现出来,并使当代文化成为了一种独具特色的媒介文化。同时文化的传媒化趋向也带来了正反两方面的影响,因此,现代媒介应树立独特的文化品格,建立主导性的尺度。

关键词:传媒;媒介文化;文化品格

中图分类号:G206.2

文献标识码:A

文章编号:1671-5322(2009)04-0061-04

纵观当代社会,各方面均发生着显著的变化,伴随着社会的转型,文化形态也有着新的走向。理论界和评论界曾对当代文化形态的变化提出了比较具有代表性的总结:“从纯美到泛审美,精英到大众,一体化到分流互渗,悲剧性到喜剧性,单语独白到杂语喧哗”^[1],这是一个各种各样的文化现象多元共生的时代,从而形成了异常错综复杂的文化现实。其实,这种文化爆炸的核心正是所谓“信息爆炸”,当代文化现象的纷繁芜杂也正是当代媒介工业孕育的产物,当代文化的传媒化趋向已经在中国文化中凸现出来。

首先,多样的现代电子传播技术的运用已经成为当代文化传播的必要途径。麦克卢汉曾经指出,新的传播媒介不是人与自然之间的桥梁,它们就是自然。事实上,任何时代的文化都离不开传媒,正是口头传播的方式产生了游吟诗人和民间传说,印刷媒介产生了以文学作品为主的古典文化,同样以广播、电影、电视等为代表的现代电子媒介的产生和普及也是应文化传播的需要,它使得人间口耳相传的文化传承关系跃上了社会性传播的新层面,尽管人际相互的直接传播并未因此消失,但其辐射力与包容性已远逊于大众传播。随着摄像机、光盘以及交互式电视甚至电子图书馆的日益推广应用和普及,当代文化集声、形、图、

文于一体,INTERNET和其它网络业形成的赛伯空间(CYBERPACE)使文化传播加速度地突破国家、民族和区域的自然阻隔上升到“全球性”传播的规模,形成汹涌的“全球性”文化交流。一些传统的文化样式和传播手段,如戏剧、音乐、艺术展览会和博物馆等多以“媒介寄存”的方式进入大众媒介的传播空间,形成当代文化传播所特有的媒介复合化特点,一些新的文化样式如“MTV和电视散文等等则更深深地打上了媒介的烙印,文化对媒介的依赖性正日益增强。

其次,在媒介的推动下,迅猛发展的传播产业改变了文化的机制。伊格尔顿曾经提出考察艺术的“生产工具”,从某种意义上可以说,文化生产工具和文化传播体系的改变时常是缔造一个新型社会的重要条件,历史上几乎每一次重大技术革新都导致了一场文化变革。在传播领域,法兰克福学派认为中期资本主义文化的显著特点是效仿工业方式的“文化工业”的产生。文化不再是创造,而仅是一种标准化的、复制性的、大批量的生产制造过程;其产品并非艺术,而仅仅沦为即将进入市场的产品,这些产品都有一个共同的牌子叫做大众文化。产品的制造并非为了满足真正的需要,而仅是以交换为目的。所谓文化工业强调的是所有的大众传播媒介均为具有相同的商业目的和经济逻辑的企业体系。正是传播科技的高度和制造成本的大幅下降才使这种文化工业成为可能。文化工业的特点使得这一体制下的当代文

收稿日期:2009-05-12

作者简介:徐震(1976-),男,江苏南通人,讲师,博士研究生,研究方向:戏剧影视文学。

化在其浮躁喧嚣的表面下只是一种媒介文化,随着世界范围内媒体跨国、跨文化传播的加剧,文化的趋同现象已变得十分显著。

再次,现代传播技术的发展大大拓展了文化空间,丰富了文化内涵,并使当代文化具有很强的延展性。现代电子传媒是口语文化和书面文化在电子传播方式中的融合。在现代传播科技的促动下,当代文化在相当程度上消解了以历史为主轴的传承关系,“观古今于须臾”;在空间上则使整个地球成为区区弹丸之地的村落,从而“抚四海于一瞬”。在社会的空间感日益缩小的同时,文化的空间却日渐膨胀,伴随着文化空间拓展而来的必定是文化内涵的日益丰富。本雅明引导我们注意文化工业下复制对艺术固有性质的改变,它破坏了培育崇拜的社会基础,使得艺术的“展览价值”全面抑制了“膜拜价值”,文化已经不仅是那些可以凝神观照的艺术、宗教等,而成为人们全部的生活方式。雅斯贝尔斯曾经指出,日益崛起的现代传媒必将“以自然科学为根基,将所有的事物都吸引到自己的势力范围中,并不断加以改进和变化,而成为一切生活的统治者,其结果是使所有到目前为止的权威都走向灭亡。”^[2]新兴的大众传媒正在为文化的新变提供着空前的动力。互联网络、信息高速公路等都为文化的新变与发展提供了动力,使其具有更为广阔的延展空间。

二

当代文化对媒介前所未有的依赖使其成为一种独具特色的媒介文化,它具备如下特征:

1. 媒介文化的休闲化特征。在人类史前时期甚至前工业时代,文化活动的物质意义尚未被它之外的精神追求所征服,而在工业化乃至后工业化时代,在科学技术完成了对人类物质生活的根本性改变后,个体的生存已经不成问题,这就促使大众阶层有了更明确的文化需求。他们不再满足于对自己的日常生活进行有限的修辞化处理,而是谋求一种比较纯粹意义上的精神愉悦和宣泄。这种在大工业文明背景下产生的大众文化需要,使文化远离了更为复杂深刻的苦难意识、忧患意识、神圣意识乃至批判意识,愉悦和休闲成为文化的第一需要。借助现代传播媒介,电影、电视、商业广告以其多样快速的声光形式满足了大众对文化及幸福生活的渴望,日常生活的诗意气氛的营造和限时性的感官愉悦,代替了需要有高深艺术

修养作为前提的“澄怀观照”和“虚静感会”。在“旧时王谢堂前燕,飞入寻常百姓家”的折变中,昔日的文化精神被肢解,理性也在放逐的慵懒中处于无所事事的休闲状态。

2. 媒介文化的趋同性特征。阿尔温·托夫勒在《第三次浪潮》一书中指出:从报纸到广播、电视、电影的大众媒体的出现,将一种前所未有的画面在人类面前展开,“所有这些传播工具,打上了完全相同的印记的信息,传入千百万人的脑际,正如工厂铸造相同规格的产品,销售给千百万家庭一样……没有这种广泛强大的情报服务通讯系统,工业革命不可能有今天这样的规模和发挥如此有效的功能。”^[3]现代传媒不仅对工业文明发挥着如此巨大的作用,而且对世界文化也产生了巨大的冲击,使之向同一性方向发展。处于地球各个角落、属于不同文化的人们都在追逐着相同的流行时尚、收听相同的流行歌曲、收视相同的影视节目,崇拜同一种生活方式,甚至流行同一种哲学。就像传统的经济生产残酷地摧残着地球上生物的多样性一样,信息领域的优势文化以同样的威力横扫着文化的多样性。一方面人们的日常生活越来越受到世界的影响,另一方面,我们-他者,本土-异邦、民族性-世界性等等范畴不再是抽象的概念,而是渗透在我们的日常生活之中。当然我们也应该看到,电子媒介在扩大领域和疆界,将越来越多的人卷入其中的同时,又以单向传播、信息源垄断的形式,在暗中萎缩和削弱潜在的批判空间。

3. 媒介文化的市场化特征。这是传播媒介产业化的必然结果,受经济利益的驱动,媒介的文化产品必须面向受众市场,具有可供交换的商品属性。文化市场对于文化的存在来说,意味着提供了一种自由竞争和自由选择的气氛。从媒介的经济结构来说,媒介的基本运作方式又是以文化产品培育受众,再将受众推销给广告商。这时媒介的最终产品成了“阅听人”,而它的文化产品的传播则成了一种促销手段。媒介文化的市场化特征还表现在传播媒介的每一次巨大变革和发展都离不开商业利益的推动,而媒介的发展又深刻改变着文化的命运,人们已经发现互联网络商机无限,尤其在销售以研究为后盾的服务项目方面,如折扣股票交易、旅游等领域极具优势,这意味着互联网上的商机服务将很快压倒信息服务,互联网络成为真正的大众商业传媒的同时,网络文学等新

兴文学样式也随之产生,给文学发展带来了勃勃的生机。而本世纪电子媒介的出现,是人类文化传播历史上的一次空前革命,它极大的改变了文化传播的方式,改变了文化的自身形态,改变了生存于其中的人类生活。它与市场的结合,必然形成消费主义和被动的文化行为,这似乎与传统文化有着明显的区别。

三

如果我们进一步从文化哲学的角度来审视当代传媒文化,那么我们就会发现存在着几个二律背反的问题:

1. 当代传媒文化走向休闲化的同时也在消解着人性的深度。一般而言,人性结构是由感性和理性两大要素组成的。在人类的自我改造、自我完善的历史进化中,感性的理性化、生理的心理化成为不可逆转的过程。人在克服生理、感性的同时获取心理和理性的成熟。这种人性结构的特点正是文化的历史性塑造的结果,是文化在人的意义上存在和发展的产物。然而大众传媒文化的出现,采用现代高科技手段,对对象进行感官化、情味化包装,不断地追寻着轻松和悠闲,而多样的传播媒介尤其是微电子处理、卫星传播、光纤通信等现代传媒手段的出现,更使文化传播获取了前所未有的传播速度和广度,文化不再是少数文化特权人士独揽的对象,“几乎每个人的手指指尖上都能生产出出色的艺术作品,只要他转动电视机钮或者走进小商店就行”^[4],由此,日常生活成为了现代文化具体现实的栖息处,生活原生态特有的零散、琐碎成为文本的话题,在肯定人生的平凡性与世俗性的同时,媒介文化过分迎合和突出了人性结构中的感性部分,把心理的生理的满足设计为文化的第一需要,从而消解了人性的深度。

2. 当代传媒文化在走向市场化的同时也造成对“诗意栖居”的消极悖离。当媒介文化产品与其它产品一样进入市场经济的运行轨道时,文化生产者必须在考虑文化产品应有的社会价值和精神价值的同时兼顾文化产品的商品价值,而当商品化原则与利润目标从物质生产领域漫延到精神生产领域,乃至个人的精神生活时,“一切自然的性质和人的性质的混淆和替换”就发生了。在市场权力不断增强的现世繁闹里,商品性对精神性、超越性的吞食使得当代文化渐渐失去了在非物质领域地跋涉的自觉与勇气;书摊上薄利多销的侵权

盗版读物,音像市场泛滥的假冒伪劣制品,影视剧开播前的疯狂炒作,标着天价的文稿拍卖,满足猎奇的世界名著普及本,一些哗众取宠的所谓“行为艺术”的大行其道……脱落了精神要素的文化产品在“文化搭台,经济唱戏”的以商品化来推动文化发展的善意初衷里跌入了一团泡沫的繁荣中。海德格尔认为,人诗意的栖居,乃是人的此在不被忘却的本真状态。当代媒介文化的市场化则脱离了人类应有的自由境界而最终造成了对“诗意栖居”的消极悖离。

3. 当代传媒文化走向趋同性的过程中呈现出后殖民主义倾向。现代传媒技术的运用使中国文化与世界文化潮流同步,这种现象反映在比较浅层的物质文化层面上,同时也更加深层地表现在观念、意识形态和艺术风格的广泛影响上,从抽象绘画到行为艺术,从流行歌曲到古典音乐的通俗演绎,从室内装修到建筑设计,我们都可以清晰地感受到外部世界对本土文化的巨大影响力。在西方科学技术的强劲冲击下,中国文化的殖民化倾向更多地体现在审美文化形态上,美国学者萨伊德认为随着殖民主义的扩张,西方人造访东方越来越普遍,在对东方的兴趣与日俱增的同时,他们对东方的偏见也随之而来。萨伊德尖锐地指出:“人们应该记住,所有的文化都会把某些变形强加给原来的现实,并把它从一个自由漂浮的对象转变为知识单元。问题并不在于所发生的某种变形,对于人的心灵来说,抗拒那些对原初新奇性的骚扰是完全自然的,因此,某些文化总是倾向于把一些完全变形的东西强加给另一些文化,并且,为了接受者有益而把那些文化构想成某种样子,而不是其本来面目”^[5],伴随着传播媒介的发展,当代西方文化在中国广泛的传播,无论其深度还是广度都超过历史上任何时期,正是在这种特殊的社会历史条件下,文化的民族性问题特别地突现出来。

当代文化走向传媒化已成为历史的必然。当下,我们应当思考的是如何既要适应这一趋向、同时又要趋利避害的对策措施。现代传播媒介的多样性使人们可以基于自由选择而远离信息爆炸的世界,人们可以根据自身需求,自由选择一种或几种其它媒介作为消费的主要传播形态,因此现代传媒的自身文化品格的塑造将是各媒介进行市场定位的主要途径,这既是一种市场策略也能进一步发展现代传媒的社会整合功能,促进大众媒介

自身的良性循环。目前许多现代传媒吸引从事学理研究的精英分子的参与,无疑加速了自身的建设,例如中央电视台“文化视点”、“对话”、“女性天地”等栏目以访谈、实录等各种形式不同程度地吸引了精英文化人的加入,以良好的视听形象完成面向市场的消费,取得了较高的收视率。有人提出当代社会是一种碎片化的社会,其主导性的尺度就是无尺度,当代文化的传媒时代其批评尺度固然是隐性的、扑朔迷离的,但它仍然是一个

需要作出阐释的具有典型时代特征的审美取向。正如杜夫海纳所言“要继续在建立对现实的认识中发挥作用,它就势必需要大众传播媒介的支持”^[6],传媒是一种时限性、娱乐性较强的手段,其市场化特征必然与批评的本原相违背,因而传媒所体现的批评话语更多地具有随笔性和散点性,这显然不利于批评尺度的建立。因此,在当代文化走向传媒化的新语境下主导性尺度的重新定位已成为一个不可忽视的问题。

参考文献:

- [1] 王一川. 从启蒙到沟通——90年代审美文化与人文精神转化论纲[J]. 文艺争鸣, 1994(5): 16-18.
 [2] [德]雅斯贝尔斯. 何谓陶冶[M]//潘知常. 美学的边缘. 上海:上海人民出版社, 1998: 137.
 [3] [美]阿尔温·托夫勒. 第三次浪潮[M]. 黄明坚译. 北京:三联书店, 1984: 81.
 [4] 李小兵. 我在,我思——世纪之交的文化与哲学[M]. 上海:东方出版社, 1997: 74.
 [5] 萨伊德· Orientalizing the Oriental. Contemporary Critical theory[M]. New York: Harcourt Brace Jovanovich, 1989: 291.
 [6] 杜夫海纳. 当代艺术科学主潮[M]. 刘应争译. 合肥:安徽文艺出版社, 1991: 119.

On the Contemporary Culture of the Media Trends

XU Zhen

(College of Chinese Language and Literature, Capital Normal University, Beijing 100089, China)

Abstract: Along with the development of modern communication technologies, the contemporary trend of the media culture has emerged in Chinese culture and contemporary culture as a unique culture of the media. At the same time, trend of the media culture has brought both positive and negative effects of modern media should establish a unique cultural character, the establishment of the dominant scale.

Keywords: media; media culture; cultural character

(责任编辑:李开玲;校对:丁 一)