

社会学视野下的文化传播现象与媒介使命

戴冰洁

摘要: 从社会学的社会问题原则出发,对当下中国文化传播现状中面临的消费社会的冲击、后现代主义的消解、传统文化的现代性解读及日渐式微、娱乐至上的价值取向和集体迷失的功利主义取向进行探讨,在此基础上思考新时期的媒介使命应是从自身做起,加强“社会学的想象力”建设,认为当代大众媒介的贡献在于兼顾现代社会对文化消费的要求,使得传统文化在现代化的包围下走出兼顾生存与发展的良性道路,同时进行多主体间合作,真正做到从社会事实出发内外兼修,强大本土本民族文化。

关键词: 社会学;文化;文化传播;媒介使命

作者简介: 戴冰洁,女,讲师,法学博士生。(浙江传媒学院 社会科学部,浙江 杭州,310018)

中图分类号: G12

文献标志码: A

文章编号: 1008-6552 (2013) 06-0115-05

一、社会学的视角:社会学、文化与社会三者的关系

在社会学产生的近两百年时间里,文化与社会、个人的关系始终是其关注的焦点。西方学者强调社会学对社会问题以及社会个体行为的分析,尤其马克思·韦伯把普遍盛行的基督教文化与资本主义社会形态的产生进行了深刻的因果分析,发掘并强调文化的生产力作用,影响深远。以郑杭生为代表的中国社会学家们则强调社会学对社会良性运行与协调发展的条件与机制的研究,文化建设更是其中不可回避的一环。

按照英国学者爱德华·泰勒的观点,“文化是一个综合体,包括知识、信仰、法律、习俗、伦理、道德等以及人作为社会成员之一所获得的各种能力和习惯。”^[1]在此意义上,文化的社会机制依托于教育,更依托于个体“社会化”过程中深受影响的家庭、学校、同龄群体以及大众传媒。最后者更是被当代社会学家称之为是个体社会化“最主要的力量”。按照这一思路,文化、传媒成为审思中国社会发展与进步的必然路径,在社会学视野下对当下中国的文化传播市场进行事实性的分析显得必要。

二、社会学视野下的中国文化传播现状分析

社会学家自奥古斯特·孔德开始就怀着深刻的现实关怀,期待从学科角度实现社会的有序、个体的幸福。而社会文化的种种失范是他们大声疾呼要加以变革的。涂尔干为社会学的研究确立了社会问题原则,认为社会学存在的价值就在于以不偏不倚的中立态度描述、解释、预测乃至规范教育社会问题,从而实现社会与个人的良性互动。秉承前辈的学术理想,笔者对当下中国文化传播现状中的若干问题现象进行梳理,并归纳为以下六方面虽不具有普遍性但却依然重大的问题加以社会事实层面的分析。

(一) 消费社会的冲击:真实与虚拟的界限不再,文化生产越来越以消费为目的

消费社会与后现代主义思潮的盛行给中国文化传播产业造成了深远影响。消费社会理论着重于对社会文化与作为“拟像”构造的现实的分析,核心问题是认为个体所面对的客体系统正在吸引着、蛊惑着、进而控制了个体的感知、思想和行动。根据波德里亚的观点,现代社会继前商品时代、商品时

代和商品化时代之后,已然进入消费社会。在消费社会中,模拟的感觉和经验已经取代了真实,意即“超真实”和“拟像”四处横行。这个充满魅惑的“超真实”的拟像状态由大型购物商场发布的巨型海报、游乐园里的模拟真人实景游戏、新闻电影电视中批量制造的影像等所主宰,“好妈妈”、“好男人”、完美的梦中情人等等影视剧形象,完全没有真实性,却对现实中的饮食男女产生深远影响,剩男剩女现象由此更显突出。问题的关键在于,包括文化消费在内的消费者丝毫不介意真实与超真实的距离越来越大,更以一种惰性、麻木的精神状态应对消费社会对个体行为的塑造与引导。波德里亚把这种精神状态称为“内爆”。

由此,在波德里亚看来,传媒不再是再现真实的工具,世界的意义只在符号的传播和复制中去获得。文化的生产、传承、发展陷入日益严重的消费泥潭,为了消费而生产,为了消费而传承与发展,文化本身的精神性、严肃性被消费社会的娱乐主张逐步销蚀。在当前的电影电视剧的创作看来,红色经典不断被翻拍成“桃色经典”,呈现为“一地鸡毛”的谍战题材、婚恋题材作品层出不穷、方兴未艾,拒绝崇高、还原真实成为当下文化产品创作的响亮口号。什么才是真实?谁来界定真实?这些问题显然已经不再是问题,能否娱乐大众,如何提高收视率、点击率,如何成为畅销书变为了文化传播领域的价值导向。

(二) 后现代主义的消解:黄赌毒、黄黑灰题材泛滥;时空交错、价值虚无

后现代主义思潮首先是在对现代主义理性思想的批判和反思过程中产生的。当杜尚把陈旧的男士立式小便池加以包装后以崭新的“现成品”形式呈现在艺术创作中时,他所引起的不仅仅是一种创作思路的改革,更是对传统理性与价值观念的挑战。在经历了对理性的彻底失望之后,后现代主义者主张挑战权威、解放个性、解放本能。在此种情形之下的文化生产主旨首先表现为文化本身的精神性日益为越来越严重的本能主义主张所取代。性与暴力、赌博与黑社会、成人世界的勾心斗角、毒品与黑幕交易等等以前不方便说、不好意思说以及不能说的东西都被后现代主义拿来公开标榜为自己要表达的主题,冠以正视本能、解放个性的名义。这种文化生产、消费的主张与实践的直接后果就是导致普通受众无力辨识正确的价值观,对电影电视以及文化产品中的角色、剧情进行简单直观的模仿、接受文化产品对各种社会角色的塑造,在表现“黄黑灰”、“黄赌毒”等低俗、恶劣的文化产品的包围下日渐迷失。

其次,随着后现代主义解构一切的文化主张深入人心,玄幻、穿越题材的影视剧作品横空出世并迅速虏获大批追随者。由此,理性的时空观念遭受严峻挑战。由于中穿越剧的毒害太深,2012年3月2日,福建两名很要好的小学女生小美和小华相约自杀。其中,小美的遗书上写道:“这一辈子,我有两个秘密,一个是要穿越时空,到清朝,拍一部皇帝的电影;一个是要到太空。”两人在课堂上完成遗书后,一起跳进了池塘。在穿越剧《步步惊心》里,女主角是通过车祸穿越回清朝的,微博上已有一大群孩子研究如何穿越回古代:故意撞车、被雷劈、一刀刀地割自己……有的孩子还相互鼓劲:“大家一定要努力地穿!总有一天你就穿过去了!”对此,高级心理学专家、教育学硕士邹红表示,“影视片除了娱乐功能,也有导向作用,就如电视里的某个发型好看,某件衣服搭配得好,都会引起大家热追,只是这些效应是积极的。但七八岁的孩子认知有限,分不清真实与虚幻,所以才会频频出现类似事件,这就需要家长和学校正确引导。”^[2]笔者认为,文化产品市场的创作、传播应以正确的舆论引导人,以高尚的精神塑造人,减少娱乐倾向、避免庸俗剧情,拒绝混淆视听,为青少年在形成积极健康的人生观、世界观、价值观的过程中创造健康、洁净的文化环境。

(三) 走出端午阴影:传统文化比重的强调依然不足

传统文化在当代文化传播领域中始终占有重要地位,没有传统的文化传播必然是无水之源、无本之木,然而其传承、发展在现代化的今天面临全新的挑战。新世纪国人对保护传统文化的自觉与热切

肇始于2005年韩国的江陵端午祭被联合国教科文组织正式批准命名为人类的“口头和无形非物质文化遗产”。韩方申遗的成功让生活端午节发源地上的中国人长时间内难以接受。

文化可以区分为物质文化和非物质文化。“所谓物质文化是指物质世界中，一切经过人的加工，体现了人的思想的东西。而非物质文化又称精神文化，指制度、规范、观念等。可区分为理念文化（观念文化）与制度文化。”^{[1](93)}韩国的江陵端午祭是旨在继承和发扬端午节传统文化习俗而举行的庆典活动，每年以大关岭祭神为始拉开帷幕，活动期间将会举行各种巫法和祭祀典礼，并会举行跳绳、假面制作等传统游戏和体验活动以及精彩的巫俗表演、假面舞、农乐表演等，有着一整套严密、系统的组织制度和民俗文化规定，是典型的制度文化。这与传统中国端午节吃粽子、赛龙舟、挂菖蒲、喝雄黄酒、纪念屈原等停留在理念文化和观念形态上的民俗活动有着本质的区别。冷静下来思考，虽然中韩同属“汉字文化圈”，但是笔者以为，韩国的申遗成功凭借的就是自己的保护与重视程度，韩国江陵端午祭久负盛名，每年的端午祭期间，来自韩国和世界各地的观光者达百万人之多。之所以能够吸引来如此众多的参与者、参观者，归功于韩国江陵市政府对民间文化的高度重视和有效的保护。早在1967年江陵端午祭就被指定为韩国第13号重要文化遗产和重要无形文物。正是这一举措，使得一个民间节日成为江陵文化的标志、韩国民族精神的象征，成为一种无形文化遗产供人类享受，成为外界认识韩国文化和江陵民情的一个窗口。而我国对包括清明节、端午节、中秋节在内的民族传统节日放假始于2007年12月，即韩方成功申报端午祭为世界非物质文化遗产之后。从这点来看，我们的落败其实是“情理之外，意料之中”。好在它给我们带来很好的启示，即通过为传统的文化活动注入新的制度活力并得到国际认同，对于中国文化遗产的保护有借鉴意义。我们的端午节（而不是某国端午节）达到国际认同还有一段漫长沉重的路子要走。反省我国情况就会发现，我国节日体系的文化特色显得不足，人们多是追捧外来节日文化而对本民族的节日文化却缺少认识，更谈不上喜爱和保护。韩国申遗成功的板子刚好打在我们的脸上，犹如韩国的影视剧将我们的专利卖给中国一样——这板子打得好，也打得不是滋味。

此后，过本土本民族特色节日、淡化洋节影响、拒绝洋节主导的主张和实践不断，文化传播领域自觉不自觉地宣传和弘扬本土、本民族传统文化的呼声越来越高，传统文化的传播比重不断加强，但是距离应然的理想状态，尚还有较大差距。

（四）传统文化现代化：绝路抑或出路

在21世纪新媒体技术日新月异的今天，保护和传承本土本民族的传统文化，面临诸多现代化的挑战与困境。如何找寻传统文化的时代价值？如何使传统文化现代化？都是考量当下文化传播效果的必然之问。最典型的案例要数百家讲坛和由易中天、于丹的火爆引起的“国学之争”。易中天于2005年起开始在CCTV-10百家讲坛节目里讲解历史，因其白话式的幽默分析，受到追捧。他独辟蹊径，“妙说”历史，巧妙地运用“通俗”的语言、深情并茂的表演，有趣地还原了历史的本来面目。平常的一段历史从他口中出来俨然活灵活现一般，象评书一样绘声绘色，又像电影剪辑精练流畅。比如“曹操身材短小，估计也就和我差不多吧。跟1米84的诸葛亮比起来，只能算是不合格的残次品。”“等曹操带着一身的尘土、一身的血污、回到酸枣大营（讨伐董卓的‘关东联军’的大营）的时候，看见大营里面的各路诸侯都在干什么呢？‘日置酒高会不图进取’。也就是说整天都在开party、泡酒吧、打电子游戏。”“所谓的空城计也是编出来的……诸葛亮搬个琴，摆个香炉，召两个小孩子，在城楼上唱卡拉OK……”^①幽默风趣的现代表达引起观众会心一笑。

2006年“十一”黄金假日在央视“百家讲坛”连续七天播出专题讲座“于丹《论语》心得”，受

① 百度百科·易中天 [EB/OL]. <http://baike.baidu.com/view/19398.htm>

到观众的热烈欢迎。2007年春节期间,讲座“于丹《论语》心得”亦在“百家讲坛”播出,同样好评如潮。2007年“十一”黄金周又在央视“文化访谈录”播出“于丹·游园惊梦”讲解昆曲。她讲课时神闲气定,娓娓道来;古今中外,信手拈来;语言妙趣天成。例如“理想主义和现实主义,就是我们的天和地。”“关爱别人,就是仁慈;了解别人,就是智慧。”等。网上舆论认为:于丹品《论语》、《庄子》使我们重新拾起了自己的文化瑰宝,讲座与书中也介绍了许多我们现代人所需要的哲理,在这纷繁复杂的中国社会中无论男女老少都需要一位孔子、一位庄子相伴,来缓解社会带来的压力。于丹告诉我们,经典永远都不会被抛弃。读完“于丹《论语》心得、于丹《庄子》心得,你会感到一阵放松,一种来自灵魂深处生命的气息,让你豁达地去接受一切。”^①

然而就是这样引来大众集体喝彩的国学讲座,却引来了南方十博士联名的抵制抗议,称“‘孔子’很着急,‘庄子’很生气”。他们批判道:“于丹之谬论在于把论语诠释成厚黑学;易中天之不幸在于将学术演义成‘大书’”。但前者对中华文化和社会思想造成的混乱将祸害千年,国学精粹捣腾成市井“垃圾”。若泛滥成灾,后生将不知中国为何种文化传承,当今列国更将曲解中国。后者仅是学术上的“旁门左道”,撇开“学术”,还是有益于社会大众的。

此时争论的焦点在于:当传统文化走下高高的圣坛并以通俗易懂、娱乐大众的现代化姿态出现的时候,此情形对传统文化本身来说利弊孰轻孰重?学者走上电视,学术结缘传媒,成为新世纪学术走出大学围墙的新方式,新媒体技术支持下的文化传播媒介为学术的大众化和经典著作的普及阅读创造了现实可能,以前文中的举例来分析,易中天明显是用现代人熟悉的俏皮表达出古人的意思,但是对于渴求通过听其讲座扩充阅读知识的学生来说,“party、电子游戏、卡拉ok”明显是“穿越”了,这对于正在形成时空观念的学生来说不能不说是思想的混淆。同理,于丹把《庄子》、《论语》诠释成了类似“心灵鸡汤”的现代心理调适参考,无疑也是把经典大众化直至庸俗的表现。唯其如此,传统文化现代化,对于传统文化自身的存在在于发展而言,到底是意味着出路还是绝路呢?以电视传媒为代表的文化传播新媒介必须从职业使命的角度出发而有所担当。

(五) 娱乐至上与功利浮躁思想弥漫:文化创作初心不纯

随着现代社会的发展,文化创作主体与环境都发生了深刻的变化。一方面,创作者面临诸多诱惑,直接间接地体验着迎合市场的创作所带来的巨大收益,单纯的创作初心不再;另一方面电视媒介时代的到来也对文化产品的创作提出了新的要求。

审视当下我国的文化产品市场,文化传播首先表现为娱乐至上的急功近利。包括影视作品在内的创作表现得良莠不齐,功利主义、急功近利的浮躁思想活跃,而潜心于坐冷板凳,耐得寂寞厚积薄发的人相对要少很多。美国媒介文化学者尼尔·波兹曼在对20世纪后半叶美国文化中最重大的变化进行考察之后,认为印刷术时代步入没落,而电视时代蒸蒸日上;电视改变了公众话语的内容和意义;政治、宗教、教育和任何其他公共事务领域的内容,都不可避免地电视的表达方式重新定义。电视的一般表达方式是娱乐。一切公众话语都日渐以娱乐的方式出现,并成为一种文化精神。一切文化内容都心甘情愿地成为娱乐的附庸,而且毫无怨言,甚至无声无息,“其结果是我们成了一个娱乐至死的物种”。^[3]以电视剧为例,在目睹了《金婚》、《潜伏》、《蜗居》、《奋斗》、《北京爱情故事》等剧的火爆成功之后,近两年的电视剧集中围绕婚姻家庭题材、谍战悬疑以及年轻人生存状态的题材创作层出不穷,但是观众再没有感受到新一轮的惊喜,观影热情反而在近似的剧情、刻意的包袱和缺乏新意的冗长剧情中被消磨得日渐低沉。因而,文化创作市场表面上一片欣欣向荣、热闹非凡,但重复与低级趣味居多,实质性地创新与积累却很缓慢。

① 百度百科·于丹[EB/OL].<http://baike.baidu.com/view/538603.htm>

2012年10月，中国作家莫言获得诺贝尔文学奖。在回答“您作品中的什么地方打动了评委”时，莫言说：“这是一个文学奖，授予的理由就是文学。我的作品是中国文学，也是世界文学的一部分。我的文学表现了中国人民的生活，表现了中国独特的文化和风情。同时我的小说也描写了广泛意义上的人，一直是站在人的角度上，一直是写人。我想这样的作品就超越了地区、种族、族群的局限。”莫言的成功是甘于寂寞、厚积薄发的典型，是“站在人的角度写文章”的单纯创作，他说“我永远不会为了一个奖去写作，不管是茅盾文学奖，还是诺贝尔文学奖。”“一个作家写久了，总会想到要寻找自己的语言。……某种语言在脑子里盘旋久了，就有一种蓄势待发的力量，一旦写起来就会有一种冲击力，我是说写作时，常常感到自己都控制不住，不是我可以要寻找某种语言，而是某种叙述腔调一经确定并有东西要讲时，小说的语言就会自己蹦跳出来，自言自语，自我狂欢，根本用不着多思考怎么说，怎么写，到了人物该出场时，就会有人物出场，到了该叙事时，就会叙事。作家只是凭自己的感觉写作，每一位作家都知道应该将自己独到的东西传递出来。”^①何时中国文化创作市场能够改变唯市场、唯娱乐、唯利润的创作导向，文化大繁荣时代才会真正到来。

（六）“存在的无”：文化创作和消费市场的集体迷失

“存在的无”指向事物存在却不被感知的相悖处境。在哲学意义上，任何存在都是“存在的有”的状态，但是如果这种存在自始至终没有被外界所感知，则其存在也就等于是不存在，没有意义，没有价值，就成为了“存在的无”，至其真正消亡成“不存在”的虚无。作为文化产业发展的根源，本土本民族文化的发掘、宣传，以及对外表达是最重要的文化创作内容，必须本着“存在即有感知，存在即有宣传，存在即有表达”的思路加以体现。而现存的问题是文化创作和消费市场处于集体迷失的状态。普遍意义上的文化题材较多陷入“存在的无”之命运，市场在某些文化领域广泛存在不被发掘、创作和表达的空白领域。

三、结语：社会学想象力与媒介使命

综合上述分析，概而言之，我国文化传播领域外受消费社会和后现代主义思潮的深刻影响，价值多元，良莠不齐，尚不能对传统文化的保护、发掘、宣传以及对外表达做强有力的保证，丰富的民族生态仍较多陷于“存在的无”之生存境地。面对此种情形，笔者想到了著名社会学家米尔斯关于“社会学想象力”的论述，作为文化传播主体的创作者、传播者、消费者都应具备这样一种“在具体情境中的个人烦恼和社会结构的公共议题之间建立联系、在微观的经验材料和宏观的社会历史之间进行穿梭的能力”。^[4]唯有文化产业中的各个主体都从自身做起，加强“社会学的想象力”建设，进行多主体间合作，才能真正做到从社会事实出发，内外兼修，强大本土本民族文化。一方面，大众媒体充分发挥主动性和创造性，扮演好纽带桥梁与“守门人”角色，真正努力做到净化文化传播环境；另一方面，文化创作者（无论个人还是组织）应秉承文化创作的艺术性、严肃性，拒绝庸俗，回归理想的单纯创作。归根到底，大众媒介的贡献在于兼顾现代社会对文化消费的要求，使得传统文化在现代化的包围下走出一条兼顾生存与发展的良性道路。

参考文献：

- [1] 郑杭生. 社会学概论新修[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2009: 91.
- [2] 四川在线. 小学生为穿越自杀引争议[EB/OL]. <http://news.66163.com/2012-03-07/607782.shtml>, 2012-03-07.
- [3] 尼尔·波兹曼. 娱乐至死童年的消逝[M]. 桂林: 广西师范大学出版社, 2004: 1.
- [4] 米尔斯. 社会学的想象力[M]. 上海: 三联书店, 1996: 31.

① 百度百科. 莫言 [EB/OL] <http://baike.baidu.com/view/51704.htm>