

单向度传播时代的崇拜与信仰

□ 刘晓慧

1977年中国恢复高考,开启了以知识为核心动力的现代化进程。社会的发展——服务产业的增长,教育期的延长以及后工业社会对高学历的普遍要求——延长了个体向成年期过渡的时间。社会在青春期和成年期之间加入了一个青年期:大学生和研究生阶段。报纸、广播、电视、网络等媒介作为社会化的主要途径之一,在大学生社会化过程中非常重要,因为它们提供了行为的模型^①。1994年,中国全面接入互联网,从这一年起中国进入网络时代。网络时代前期,互联网的出现并没有马上改变传统的单向度传播方式,因为网络媒体虽然模糊了传播者与接收者之间的界限,但当时采用的B/S(Brows/Site,浏览器/服务端)模式并不足以颠覆这两者之间的关系,直到2001年P2P技术的出现,才彻底改变了传统的单向度传播模式^②。而在此之前的单向度传播时代,作为大学生社会化主要途径之一的媒体大多是以塑造和宣传正面典型为特征:盯住好人好事,寻找行业典型,然后用铺天盖地的报道给典型披上神奇的色彩,典型普世渗透后,就成了英雄、楷模或榜样。大学生从英雄身上看到的,是精神和道德的光环,是象征性的品质。本文重点探讨的是单向度传播时代大学生的崇拜和信仰问题,具体而言包括两个时期:印刷媒介时代与电子媒介时代。

印刷媒介时代的典型与大学生

1、印刷媒介时代的媒介生态

无论从哪个角度看,从70年代末到整个80年代都是印刷媒介时代。^③高考恢复后,重返校园的大学生在经历了“书荒”时代后被激发出空前的阅读热情,也可以说是对印刷媒介的热情。当时的电子媒介资源相对匮乏,80年代前中期,黑白电视机还是奢侈品,这意味着当时许多家庭依然与电视无缘。整个80年代大学生宿舍没有电视。即使有一部分大学生在80年代已经成为电视的固定受众,但电视频道稀少,而且在有限的频道中,新闻、教育等方面的节目始终是电视台的重头戏,娱乐类节目还没有真正登上历史舞台,晚间的电视剧也乏善可陈。在匮乏的电子媒介资源面前,映衬出来的是印刷媒介资源的相对丰富。报纸、杂志、书籍等成为了当时大学生获取信息、学习知识、陶冶情操的首选。本尼迪克特·安德森教授曾指出:小说、报纸等印刷读物在打造一个民族“想象的共同体”时功不可没。我国80年代依靠印刷媒介造成的阅读热,所催生出的“想象的共同体”,使集体经验的表达,民族国家宏大叙事的接受成为可能。因为这一背景,学习英雄、推崇豪杰、效法先进、争当楷模几乎成为当时每个大学生的自发行动和不辍追求。而大众媒介本身的发展,决定了通过新闻报道来塑造和宣传典型成了当时最直接、最便利、最有效的手段。一边是在中华文化和社会主义精神文明浸染下大量典型的不断涌现,一边是高校大学生在社会化过程中角色转型时期急需这样的典型激励、鼓舞和引导,印刷媒介通过典型报道、典型形象在印刷媒介时代影响深远,引领着当时大学生的信仰与崇拜。



2、印刷媒介时代的典型与典型报道

“典型”的概念是西方文论创立的,新闻报道中“典型”一词从文学中引进。目前,新闻界普遍接受的定义是:典型是同类事物或人物中具有代表性的个别事物或人物。这个“典型”不仅指那些好的、先进的个别事物和人物,也包括那些代表落后的事物和人物。典型报道就是把最能体现普遍性而又最有特殊性的事物集中起来加以突出与强化的报道。^④典型报道在我国被认为是一种最具指导性的报道形式,是受众(包括大学生)学习先进、仿效楷模的重要渠道。新中国成立以来各个时期的典型人物,如50年代的郝建秀、王崇伦,60年代的雷锋、焦裕禄,70年代的张志新、陈景润,80年代的张海迪、朱伯儒、张华、赖宁等,无不是由新闻媒介大力宣传而家喻户晓的。各媒介都因某先进典型是由它首先推出的而引以为荣。中共十一届三中全会以后,中国进入以经济建设为中心,改革开放的新时期。在宣传先进人物方面的显著变化就是不再像过去那样人为拔高先进人物的“精神境界”,大多数报道都注意如实地反映先进人物的精神面貌。大学生对那些生硬地加在先进人物身上的所谓“闪闪发光的语言”,一般都很反感。这一时期先进人物的报道中,主要通过他们的事迹展现其思想和精神本色,在反映他们拼搏开拓和百折不挠的同时,注意不把他们写成十全十美的人物,也提他们的不足和失误,以及群众中存在的不同看法,比如步鑫生、关广梅的报道。此外,优秀的知识分子,如蒋筑英、罗健夫、邓稼先等也是当时媒体重点宣传的典型^⑤。大量典型报道的接连涌现,使当时的大学生几乎每天都生活在“典型”的层层包围之中^⑥。媒介塑造和宣传的这些典型形象感染了无数大学生,典型们的精神鼓舞着这一时期的大学生奋发向上。

3、印刷媒介时代典型对大学生的影响

典型,尤其是典型人物,往往是一种社会思想、行为的榜样。榜样,作为教育科学的概念,是人们借以模仿的对象。模仿是人类的本性,是人的社会化的重要途径。大学生正处于世界观、人生观形成的关键时期,模仿行为表现得尤为突出。这种行为不是通过命令强制发生的,而是由榜样的力量所引起的。榜样学习可以帮助他们通过模仿获得适当的行为模式和社会技巧。印刷媒介时代,典型报道的重点是那些具有人类高尚情操和美好品行的榜样、英雄,力求为后来者示范效仿。格尔德在《舆论与群集》中曾说过,印刷媒介,尤其是报刊作为公众的“精神纽带”发挥着其它媒介不可比拟

的功效,所以在印刷媒介时代这种典型的榜样示范作用尤其显著。新闻典型是在特定的时空条件下形成、存在和发展的。它以其鲜明的时代特征,在向社会提供新闻价值的同时,也向社会展示一种榜样和借鉴作用,当这个历史过程完结后,其典型意义仍然会在今后相当长的历史时期起作用。

电子媒介时代的典型与大学生

1、电子媒介时代的媒介生态

进入1990年代后,社会文化逐步进入了影像的、视觉的电子媒介时代。在技术推动下,大众传播已然作为一种生存方式而存在,影响着社会发展的方方面面:文化空间开始由“印刷媒介场”向“电子媒介场”移位,80年代的“读者”逐渐变成了“观众”。新的传播媒介带来了新的文化生产与消费,大学生的阅读活动因与这种新的生产和消费机制不兼容,其质量、数量与性质等都发生了诸多变化。传播内容从以文字文本为中心向以图像和声音为基础的文本转变。随着市场经济主导地位的确立,大学生对物质待遇的态度逐步从接受到看重。知足常乐和安贫乐道的观念被都要奔好日子的新观念所取代。当然,重视物质待遇倾向的出现是历史的进步,但与此同时所带来的是,对传统优秀人物那种舍己为人、公而忘私、全心全意为人民服务等精神的宣传,再也不能像80年代那样发挥巨大的感召力了。这对信息触觉极其敏感的大学生而言,影响更大。

2、电子媒介时代的典型与典型报道

为倡导社会主义新风尚,大众媒介适时推出了一大批人物典型,如苏宁、徐洪刚、孔繁森、徐虎、李国安、吴登云、郑培民等,而且典型报道的品种也增多了,既有正面典型如赖宁、孔繁森等,也有反面典型如王宝森,还有工作经验典型如海尔,以及事件典型如长城公司的巨额非法集资。但与此同时,就在任何一种传统道德榜样的号召力,都不能与演艺明星和流行歌曲进行竞争的时候,典型报道早已被淹没在各种各样的传播内容之中,不再像以前那样地位显赫了^⑦。人们开始关注和批判大众媒介从精英文化走向大众文化,大学生的崇拜对象从英雄变为偶像。上个世纪90年代充斥于各大媒体的媒介人物几乎都是消费偶像。“明星制”和“偶像炒作”刚开始露头于中国时,仿佛是一种国外社会的文化副产品,并具有较大的偶然性和随意性。比如,日本影星高仓健的一时风行,是因为引进了他主演的数部电影,而其他日本国内名气同样大的“影星”就可能在中国无人知晓。然而随着电子媒

介资源的日益丰富,消费偶像很快便在国内大行其道,而这一风潮也席卷了大学校园。

3、电子媒介时代大学生的崇拜与信仰

电子媒介时代偶像的产生与制作发生了历史性变化,大学生经历着大众文化通过大众媒介对经典艺术的改造和取代,经历着偶像对英雄的改造和取代。不能把大学生“偶像崇拜”行为中的不健康现象,简单地归结为他们思想道德水平的滑坡,或是他们感情失控和理性不成熟。事实上,文化工业的集体制作模糊了许多原本清晰的概念和追求。社会转型时期使大学生在其社会化过程中,经受着与以往大不一样的人生体验和考验,且更为复杂。90年代的大学生被赋予了更多的媒介权和信息量。大众传媒为他们提供了一个巨大的时尚窗口,一种生活方式化的社会理想。他们通过大众媒介获得了相当的社会经验,寻找到青春的偶像,完成了心理的成长。起初大众媒介以强大面孔出现,塑造青春的偶像,刺激大学生们的欲望,指引他们如何行动。但随着他们社会化过程的完善,渐次成熟,媒介领导者的光环逐渐引退,成为他们获取信息的工具。

大众的选择不是非此即彼,文化的发展也需要动态平衡。洛文塔尔提醒我们:电子媒介时代的大学生既欣赏高雅传统艺术,又流连忘返于通俗文化的活力和轻松。既崇拜英雄的伟大,也迷恋偶像的光鲜。关键不在于动员他们多选什么或不选什么,而在于鼓励他们有鉴别地选择和创造性地接受,鼓励他们亲身体验和经常反思,这也正是本文所倡导的。英雄存在于历史的运动与变迁中,大学生通过使自己真正摆脱与英雄的神话关系,体验英雄的美即感悟平凡中的不平凡。在对偶像的崇拜中,大学生通过抛弃一切,甚至抛弃对美的崇敬来获得解脱。然而不可否认的是,这种“解脱”时常缺乏批判性。根据哈贝马斯在《公共领域的结构转型》中的论述,我们发现,随着电子媒介对高校生活的介入与占领,文化批判分子逐渐退出,文化消费分子则走向前台。文化批判分子之间的交往一直都是以阅读为基础的,他们是在私人领域与外界隔绝的空间进行阅读的。相反,文化消费分子的业余活动在同一个社会环境中展开。随着获取信息的私人形式的消失,关于这些获取物的公共交往也消失了^⑧。这样的思考显然适用于1980—1990年代中国公共空间的转型。80年代大学里老师、学生们的聚会频繁而重要,聚会中的讨论就是“一种非常特殊的公共空间”。进入90年代后,这种带有讨论性的聚会越来越少。这种局面的出现便是文化批判分

子向文化消费分子移位的重要信息^⑨。

结语

媒介技术的快速发展,深刻改变了几乎整个社会的期望和日常生活模式。2000年,我国互联网发展经历了第一个“寒冬”,但新的技术和业务的发展使其再获生机,尤其是P2P技术的应用与发展将网络的互动性发挥得淋漓尽致,消解了传播者与接收者之间的界限,彻底改变了单向度传播模式,使我国进入双向传播时代,而解构主义的兴起与媒介技术的发展则共同掀起了一场反偶像运动,而这一运动在知识的殿堂——大学校园中发展得尤为迅速而激烈。因为网络的发展使偶像的信息完全暴露在大学生视野中。单向度传播时代是形成偶像的时代,因为在以传统媒体为主导的年代,信息的有限、单渠道披露容易制造偶像,人们往往只能看到偶像们光彩照人的一面,陷入“一俊百俊”的错觉。而网络的普及、技术的革新则彻底颠覆了这种信息闭塞的局面,让偶像全息地呈现在公众面前,如此,偶像也就失去了遮掩。当周星驰和超女引发了一场席卷全国的草根狂欢时,“全国人民学xxx”的岁月一去不复返。因而不禁有人发出感慨:“没有‘上帝’的中国,谁能有‘号召人民’的力量”。那么,没有信仰的大学生们又将何去何从? 

(作者为广西大学新闻传播学院讲师,厦门大学新闻传播学院博士研究生。本文系教育部人文社会科学研究项目“从偶像丧失到角色颠覆”<项目编号09YJC860009>的阶段成果。)

参考文献:

- 迈克尔·休斯、卡罗琳·克雷勒著,周杨、邱文平译:《社会学和我们》,上海社会科学院出版社2008年。
- 陆群、张佳昂:《新媒体革命——技术、资本与人重构传媒业》,社会科学文献出版社2002年版。
- 赵勇:《大众媒介与文化变迁:中国当代媒介文化的散点透视》,北京大学出版社2010年版。
- 刘建明:《现代新闻理论》,民族出版社1991年版。
- 孙旭培:《新时期十年中国新闻媒介的功能与运作》,朱立、陈韬文编,《传播与社会发展》,香港:康和出版制作公司1992年版。
- 朱清河:《典型报道理论、应用与反思》,武汉大学出版社2006年版。
- 哈贝马斯著,曹卫东等译:《公共领域的结构转型》,学林出版社1999年版。
- 赵勇:《大众媒介与文化变迁:中国当代媒介文化的散点透视》,北京大学出版社2010年版。