

接受美学视角下网络时代文艺传播的美学特征

谭洪刚,陈洪清

(衡阳师范学院 中文系,湖南 衡阳 421008)

摘 要:从接受美学的视角看,网络时代的文艺传播在电子传媒语境下,表现出文艺传播两大主体的非同时在场性,传播信息的非确定性和流向性,文艺传播劝导作用的间接性和隐含性,文艺传播内容的混成性和娱乐性等四大新的美学。

关键词:网络时代;文艺传播;电子传媒;美学特征

从 1994 年互联网进入中国以来,网络文艺已成长为中国当代文艺一股强大的新生力量。网络已经成为人们日常生活的重要内容,并且改变着人对生活的体验和表达。网络文艺是中国人生存状态真实影像的审美折射,是人与世界对话的主要途径之一。作为一种新兴的文学形态,它冲击着传统的文学样式。网络时代的文艺传播表现出新的美学特征。

一 网络时代电子传媒语境的特征

所谓电子传媒语境是以电子传媒为主的,与多种传统传媒彼此交错、相互发挥着作用,协同电子媒介传播信息的语境。各种传播媒介和手段交互作用,共同构架了一个庞大而复杂的传播网络,这使得它的传播过程和手段多样化、层次化。在这个大熔炉中,电子传媒技术占绝对地位,其他媒体处于传播的边缘地位,是电子传媒的辅助媒介。英国人戴维·莫利说过,这是一个“全球媒介、电子世界景观和文化边界 均在寻求“认同的空间”的时代,^[1]非常形象地说明了电子传媒语境的“大熔炉”特征。吴风认为电子传媒语境的特征有三个:^[2]

1、电子传输信息的丰富多样性、无限性、易复制性和多媒体性。电子传媒语境是由多种媒介交互作用共同构成的,这使得信息量无限丰富多样。尼古拉·尼葛洛庞蒂认为信息社会的基本要素是比特。比特没有重量,易于复制,可以极快的速度传播,在传播时可完全消除时间障碍。他说:“比特会毫不

费力地相互混合,可以同时或分别地被重复使用。声音、图像和数据的混合被称作多媒体。^[3]多种媒体的功能在这里得到整合,传播信息的功能得到极大地发挥。电子传媒的这种超高速超容量的传输特征,有人称之为“信息超级高速公路”。马克·波斯特在《第二媒介时代》中描述了电子传输信息的特性,“文字与图像以光速穿梭,其繁殖之快令人类难以驾驭,按德勒兹和仅塔里的术语说,它们不是按树型方式(arborially)繁殖,如在中心化的工厂中那样,而是按根型方式(rhizomically)在任何一个非中心化地点繁殖。^{[4][30]}根型方式正是对电子信息传输丰富多样性、无限性的形象说明。

2、电子传播速度的迅捷性和传播时空的消融性。在电子传媒语境中,传播速度异常快捷,文字与图像都“以光速穿梭,其繁殖之快令人类难以驾驭”。^{[4][30]}信息传播也不受意识形态、地理位置和时间的限制,洛特非·马赫兹有过一段精彩的描述:“在穿越这些辽阔的现在可以接触的空间时,不再留意边界,并无视垄断。^[5]好像地理位置和时间在电子传媒中消失了一样。这种传输的迅捷性和时空消融性催生了传媒主体的交互性。也就是说,在电子传媒语境中信息在传播主体与接受主体之间以双向互动的方式传播。传播主体在传送信息给接受主体的同时,接受主体也及时地把自己的意见反馈给传播主体。

收稿日期:2008-11-06

基金项目:湖南省高校科研基金项目“接受美学视角下的网络文学研究”(08C0169)

作者简介:谭洪刚,男,湖南衡东人,衡阳师范学院中文系副教授,主要从事文艺美学研究;陈洪清,男,湖南衡东人,衡阳师范学院中文系讲师,主要从事文艺美学研究。

3.信息接受的自由性与个体性。在电子传播语境中,接受主体可以在自己许可的时间与地点接受信息、消费信息,他们可以根据自己的需要和爱好自由选择个性化的信息服务方式。

二 网络时代文艺传播的美学特征

文艺传播主要指文艺产品信息借助各类传媒语境在生产者领域内、消费者领域内或二者之间的互动行为。这里的互动行为决不是简单的互换或反复的行为,它是对文艺产品信息解读、增删、扩缩或传播的动态行为,具有极强的开放性、流向性。流向性和开放性是文艺传播的主要特征。换一种角度说,文艺传播的主要特征表现在:文艺传播两大主体的非同时在场性、文艺传播信息的非确定性和流向性、文艺传播劝导作用的间接性和隐含性、文艺传播内容的非明指性和娱乐性。

首先,文艺传播两大主体的非同时在场性。日常生活中的交流双方是面对面的,两个主体是平等的,同时在场的,信息流动呈现出双向互动的对话性特征;而在文艺传播中,传播者和接受者往往具有不同时在场性。这种主体的不同时在场性使得双方的地位也并不平等;在某个传播节点上,文艺信息也呈现出单向性流动。文艺信息或文艺产品是为那些基本上不在生产与传播现场的人们生产的,接受者参与或介入传播过程的能力极其有限,从而也就很难影响传播的内容。文艺信息传播并不像日常交流那样具有即时性和现场感。比如,“读者对一部小说的评价,可以看作是读者与作者之间的交流,但这种交流至少发生在读者阅读欣赏了作品之后”。^[6]不过,文艺传播主体的非同时在场性在电子传媒语境中有所改变:不仅接受者与文艺作品之间,接受者与创作者之间也可以相互交流和互动,呈现出“日常交流”的态势。

其次,传播信息的非确定性和流向性。信息是“消除不确定性的东西”,^[7]是对不确定性的减少或消除。但是,文艺信息是“不可靠”和“非真实”的。它是与认识文艺情况有关的音信、情报和知识的总和,^[8]是创作主体饱含着感情接收和获取的,并以自己的审美经验以艺术的方式通过符码进行加工整理的信息。因此,生产出来的文艺信息总是关于一个多少变形了的世界,纵使这个世界也许和真实的世界十分相近。文艺不承诺人们可以寻得历史事实和作品内容之间严格的对应关系。作为“刻意编造”的信息而非信史,文艺以生动感人而不是确有其事为成立的指标。因此,文艺传播的信息具有明

显的非确定性。这种非确定性为其信息的解读提供了多种可能,反过来增加和丰富了文艺信息的内涵和所指。

在文艺传播活动中,文艺信息具有明显的流向性。一般来说,它总是由强势语境向弱势语境传播。何谓强势语境传播、弱势语境传播呢?根据廷图米的定义,弱势语境传播是指那种“具有线性的逻辑互动、直接的言语交流、公开的意向表达以及传者的价值取向等特征的交流方式”,^{[9][429]}而强势语境传播是“一种具有螺旋性的逻辑互动、间接言语协商模式、微妙的非言语辅助符号、对意图的反应性推断以及以释码者的敏感为价值取向等特征的交流方式”。^{[9][429]}爱德华·T·霍尔对这两种语境传播行为的特征概括更能说明文艺信息传播的流向性。他认为:“强势语境行为的主要特征是:大量已定信息存在于接受者及其所处的语境之中,而传播本身所带的信息是极少的。与此相反,作为弱势语境行为绝大多数信息必须存在于传播过程之中,以补充语境缺少的信息。”^{[9][429]}文艺信息正是在强势语境与弱势语境间的流动中,一定文艺信息的积累、运演会使一定的文化形成“‘高峰’态、‘凸起’状或超前性,容易打破原有文化整体相对的稳定与均衡,其‘高峰’、‘凸起’与超前部分或因素就必然要向其业已超出的四围地带扩散与流布。这种扩散流动的过程就是文化传播”。^[10]文化的这种不断的高峰突现与平衡传播,又加速了文艺信息的传播、扩散。从这一点上讲,文艺信息传播渠道的畅通,将促进强势文化向弱势文化的传播,进而促进后者的发展,加强不同文化之间的交流,实现跨文化传播和交流。

再次,文艺传播劝导作用的间接性和隐含性。劝世教化功能历来被看成文艺最主要的作用。在西方,早在古希腊时期的柏拉图就看到了文艺作品对青少年健康发展的重要性,“我们不是应该寻找一些有本领的艺术家,把自然的优美方面描绘出来,使我们的青年像住在风和日暖的地带一样,四周一切都对健康有益,天天耳濡目染于优美的作品,像从一种清幽境界呼吸一阵清风,来呼吸它们的好的影响,使他们不知不觉地从小就培养起对于美的爱好,并且培养起融美于心灵的习惯吗?”^[11]而我国,早在上古时期的尧、舜时代,统治者就自觉利用音乐的特点来施行政治教化。可见,劝世教化是文艺本身就具有的功用。毋庸置疑,传播具有协调社会内部力量适应环境,促使人们选择行为的功能,具体表现为劝服和诱导的作用。比如,广告促使人产生购买某种

产品的欲望,政治宣传促使人支持某种力量而反对另一种力量,道德训诫要求人做什么和不做什么。文艺也常常介入到这类传播中。广告就是靠着有感染力的音乐、极度美化的图像或“诗一般的语言等文艺信息的传递来增强宣传和诱导效果。埃利克·吉尔的名言“一切艺术都是宣传”,正说明了文艺传播具有劝导诱使作用。不过,文艺传播的劝导明显区别于非文艺传播,它是隐蔽和间接的。其一,文艺传播的劝导成分通常是寄附或隐含在文艺信息内传播的,它的是非功利判断是含混的,常常有多种解读的可能。其二,文艺传播的劝导作用是以潜移默化或称为“濡化”的方式发生作用,并不采取直接的社会行动。其三,与社会运动直接联系的作品,即使与直接的社会行动剥离之后,作品中的文艺信息仍可被当作一种普泛的艺术情感形态而获得相对独立的流传。如在人类奴隶社会和封建时代形成的某些艺术至今仍具有魅力。总之,文艺传播的劝导功能是间接的、隐含的。

最后,文艺传播内容的混成性和娱乐性。文艺传播内容的混成性是指它不是单一的、纯粹的某一门类的知识,而是多门类知识的合成品。人类传播促成人们交换消息,借鉴经验,传递文明成果,获得各种知识、社会生产与生活技能。在这方面,文艺传播无可厚非地承担着重要的角色。在人类的早期,由于精神生产依附于物质生产,传播内容未及细分,文艺信息和其他非文艺信息是结合无间的,天文地理知识、历史知识和宗教、道德劝诫、哲学观念混合于文艺性的想象创造中。文艺传播出现后,虽然经历了和非文艺传播的明显分化,但文艺信息中仍常包容着大量人类生活的经验与知识。《红楼梦》这部旷世奇作就被称为中国封建时代的百科全书。可见,文艺传播的经验与知识通常不是以严谨的理性规范和学理抽象的形式出现,而是活生生地撒布在生活形态里。文艺传播给我们的最集中的一种知识,乃是人类多种多样的世俗状态、心理过程、情感表现和审美感知方式。文艺传播必然具有极强的混成性。

文艺传播信息的非确定性和流向性、文艺传播劝导作用的间接性和隐含性、传播内容的混成性又展示出文艺传播的自由娱乐性。文艺以它的美学设计得以创造一个不同于现实的世界,使我们得以在现实规范之余闯入、感受另类人生。换句话说,我们在现实生活中无法轻易进入别人的私生活,但在小

说和戏剧中却可以;我们的一些行为和情绪涉及现实的社会禁忌,但通过电影、美术、雕塑和歌曲等都能得到某种程度的表达。我们于实际人生中的感情缺失,可以在文艺欣赏中获得由想象替代的补偿。这就是文艺学家姚斯(H. R. Jauss)所谓的“艺术的解脱作用”,即文艺的娱乐性。正是这种文艺性的解脱娱乐性提供了一种让个人与社会、幻想与现实在对峙中调适的心理空间,在这种空间里,文艺传播得以发挥其特殊的现实认识、潜移默化的劝喻和文明教化的功能,从而以娱乐的特殊方式完成着平衡一般传播和丰富人生的功能。正如黄会林指出的:“在娱乐文化中,文化的政治功能、认知功能、教育功能,甚至审美功能都受到了抑制,而强化和突出了它的感官刺激功能、游戏功能和娱乐功能,快乐成为凌驾于一切之上的文化标准。”^[12]

参考文献:

- [1] 欧阳友权. 数字化语境中的文艺学[M]. 北京:中国社会科学院出版社, 2005: 344.
- [2] 吴风. 网络传播学:一种形而上的透视[M]. 北京:中国广播电视出版社, 2004: 77 - 79.
- [3] [美]尼古拉·尼葛洛庞蒂. 数字化生存[M]. 海口:海南出版社, 1997: 29.
- [4] [美]马克·波斯特. 第二媒介时代[M]. 范静哗,译. 南京:南京大学出版社, 2005.
- [5] 洛特非·马赫兹. 世界传播概览:媒体与新技术的挑战[M]. 北京:中国对外翻译出版公司, 1997: 5.
- [6] 陶东风. 大众传播与新公共性的建构[J]. 文艺争鸣, 1999(2).
- [7] 威尔伯·施拉姆,威廉·波特. 传播学概论[M]. 北京:新华出版社, 1984.
- [8] 陈辽. 文艺信息学[M]. 北京:人民文学出版社, 1986: 11.
- [9] [美]拉里·A·萨默瓦, [美]理查德·E·波特. 文化模式与传播方式[M]. 麻争旗,等,译. 北京:北京广播学院出版社, 2003: 429.
- [10] 郝雨. 梁启超与中国现代文化传播[J]. 河北大学学报(哲社版), 1999(1).
- [11] 柏拉图. 柏拉图文艺对话集[M]. 北京:人民文学出版社, 1980: 62.
- [12] 黄会林. 当代中国大众文化研究[M]. 北京:北京师范大学出版社, 1998: 216.

(责任编辑:黄声波)