
传播符号学 ● ● ● ● ●

论当代新闻的演示叙述*

王 强

摘 要：在视觉文化时代，新闻叙述的展示性和表演性得到强化，构成一种纪实型的演示叙述。名人是这种叙述实践的重要主体，名人新闻中有时充斥着作秀与表演的成分，媒体之间展开了一场曝光名人本真性形象的竞赛。在大众传媒制造的名人文化中，公共空间与私人空间的界限日益模糊。当代新闻演示叙述的伦理困境在于，一方面将新闻转化成了一种脚本化的表演实践，建构了一种“幻象的政治”，破坏了媒体与受众之间的理性契约关系；另一方面则是对形象的滥用，削平了线性叙述的深度，造成当下媒体的“叙述危机”。消解形象霸权，重构新闻叙述伦理，是当下媒体需要面对的时代课题。

关键词：新闻叙述，作秀，演示叙述，新闻伦理

“Performative Narrative” in Contemporary News

Wang Qiang

Abstract: In the era of visual culture, the exhibition and performance of news narrative have been strengthened, forming a factual “performative

* 本文为国家社科基金项目“台湾认同政治的公共叙事与舆论引导策略研究”（18XXW003）的阶段性成果。

narrative”。Celebrities are a principal part of this narrative practice, and celebrity news is full of playacting and performance. “Authenticity” is a crucial feature in celebrity manufacturing, and there is a competition within the media to expose the image of celebrity authenticity. In the celebrity culture created by mass media, the boundaries between public and private spaces are increasingly blurred. The ethical dilemma of the performative narrative of contemporary celebrity news lies in the news transformed into a scripted performance, which constructs the “politics of illusion” and destroys the rational contractual relationship between the media and its audience; meanwhile, the abuse of images flattens the depth of linear narrative, resulting in the “narrative crisis” of the current news media. Dispelling the hegemony of the image and reconstructing an ethics of news narrative are pressing issues for the media to face.

Keywords: news narrative, show, performative narrative, news ethics

DOI: 10.13760/b.cnki.sam.202201015

叙述学自诞生以来所聚焦的研究对象主要是小说等虚构文本，纪实型体裁的研究相对来说处于弱势地位。著名叙述学家热奈特（Gérard Genette）曾抱怨叙述学“极为名不副实”，他主张将“纪实型叙述”（factual narrative）纳入研究视域，1990年还发表《虚构叙述，纪实叙述》（“Fictional Narrative, Factual Narrative”）一文，尝试拓展叙述学研究。长期以来，一个涵盖全部叙述体裁的叙述学理论体系，或者说类似于那种能够驾驭总体的“超理论”（metatheory）尚未形成。对全部叙述体裁做统合性的理论观照，并探寻广义叙述的本质规律，是广义叙述学的任务。广义叙述学对全部叙述体裁进行全域性分类，融会贯通地研究一切叙述文本共有的本质特征和规律。在广义叙述学理论体系中，纪实型叙述得到前所未有的重视。纪实型与虚构型是叙述体裁的基本分类，二者的对照贯穿叙述学研究始终，其内在关联及差异得到全面系统的阐述。与此同时，媒介因素也被纳入考量范围，其中关于记录类和演示类叙述的理论阐释，为新闻叙述的分类研究提供了有益思路。

在广义叙述学的理论建构中，赵毅衡对叙述体裁做了基本分类，囊括了各类体裁适用的多种媒介，并给予在当代文化中占据优势地位的现在向度叙述/演示性叙述以充分的理论观照。演示性叙述的媒介包括身体、影像、实

物、言语、心像、心感、心语等。(赵毅衡, 2013, p. 1) 在视觉文化时代, 新闻叙述的展示性和表演性得到强化, 构成一种纪实型的演示叙述。在贝拉·迪克斯 (Bella Dicks) 看来, 当下我们所处的文化是一种“被展示的文化”(culture on display)。作为一种可参观的生产, 真人秀和网络直播让人们的日常生活场景成为被观赏的景观: “当代展示的一个层面, 就是所谓的放大观察日常生活细节的诱惑。支撑的理念就是我们可以不受谴责、没有危险地窥视他人的隐私生活。”(迪克斯, 2012, p. 25) 展示, 或者说作秀和表演, 已经成为当代文化的重要特质。大行其道的电视真人秀, 不断上演的“媒体奇观”, 异军突起的网络直播, 争相曝光的名人形象, 作为“弱者的武器”的表演式抗争……这些充斥着作秀与表演成分的演示叙述, 建构了当代社会日常生活的传播图景, 成为新闻叙述研究扩容的重要组成部分。

一、消费偶像：名人的形象展演

(一) 英雄的衰落与名人的崛起

新闻被视为正在发生的历史。如果说历史的主人公是英雄的话, 那么新闻的主角则越来越多地由名人充任。英雄和名人的生成机制具有显著差异。丹尼尔·J. 布尔斯廷 (Daniel J. Boorstin) 将英雄与名人的辨析引入关于人类“假事件”的研究中。在他看来, 英雄依赖卓越的功勋和成就成名, 其过程是缓慢和自然的, 而当代名人则更多地依托媒体制造的“假事件”变得众所周知。新式名人取代老式英雄成为大众传媒以及受众追捧的宠儿。

英雄与名人的重大差异还在于, 前者形象模糊, 缺乏个性, 而后者则形象鲜明, 个性突出。造成这一差异的是现代媒介技术发展导致的“图形革命”(Graphic Revolution)。“图形革命”是布尔斯廷发明的新词, 用来描述 19 世纪末 20 世纪初媒介技术发展带来的图像取代文字的变革。图形革命对名人制造的一个重大影响就在于形象的塑造: “图形革命在面部及身体上使用强弧光灯, 使不同的人形象更加清晰。……他们通过鬼脸、手势、语言和声音这些细节来突出自己。我们通过鼻子识别吉米·杜朗特, 通过凝固的笑容识别鲍勃·赫普, 通过吝啬识别杰克·班尼, 通过粗鲁识别杰克·帕尔, 通过摇摇晃晃的行走姿势识别杰基·格里森, 通过刘海识别伊莫金·科卡。”(杨玲, 陶东风, 2013, p. 35) 受众关注的不是名人的丰功伟业, 而是在媒体上呈现出来的独特形象和个性。和英雄“理所应当的名声”(merited claim

to fame) 相比, 名人的名声不少是依靠大众传媒反复曝光得来的。布尔斯廷认为, 名人的界定是一个同义反复的过程: “名人是一个因其众所周知而被众所周知的人。……在伪事件的民主体制中, 任何人均可成为名人, 只要他进入新闻并呆在那里。”(杨玲, 陶东风, 2013, pp. 29 - 31) 非凡的英雄衰落了, 平凡的名人大行其道。与高高在上的英雄不同, 名人就活在日常情境当中。名人的准入门槛降低了, 大众传媒可以批量地制造名人。

(二) 在场: “消费偶像”与粉丝的“准社会互动”

名人的类型多种多样, 一种粗略的划分方法是将严肃的、生产性的名人与娱乐的、消费性的名人对立起来。利奥·洛文塔尔(Leo Lowenthal)研究发现, 20 世纪初报刊上娱乐名人所占比重大幅提升, 而工商界严肃人士所占比重则大幅减少, “生产偶像”已经让位于“消费偶像”。这与英雄和名人此消彼长的态势是一致的。相对而言, 消费偶像与娱乐消遣的关联更加密切: “我们把过去的传记主人公叫做‘生产偶像’, 因为我们觉得应该把今天杂志上的主人公命名为‘消费偶像’。实际上, 他们中的每个人几乎都直接或间接地与休闲领域有关: 他要么不属于服务社会基本需要的行业(例如娱乐界和体育界的主人公), 要么多多少少只能算是社会生产性要素的一个笨拙的代理。”(利奥·洛文塔尔, 2012, p. 155.) 与此相对应, 名人的私生活成为媒体热炒的内容。这是吸引受众注意力并获得其情感认同的重要手段。这与英雄崇拜的表现截然不同, 名人往往不再是令人敬畏和仰视的对象, 而是要通过真实而平凡形象的展示, 提升受众对其的熟悉度和亲近感, 拉近与大众的心理距离。一言以蔽之, 名人经济其实是一种所谓的“情感经济”(affective economy), 受众或粉丝的情感投入非常重要。

名人的形象不再完美无瑕, 名人的生活也不再遥不可及, 对名人的“真实”幻想满足了芸芸众生的心理需求。这种亲近关系也体现了名人和公众之间的一种“准社会的”联结。在 1956 年发表的一篇名为《大众传播与准社会互动: 远距离亲密关系之观察》的文章中, 唐纳德·霍顿(Donald Horton)和理查德·沃尔(Richard Wohl)提出“准社会互动”(Para-social Interaction)概念, 主要描述存在于电视节目人物与受众之间的、类似于现实中人际交往般的关系。在受众眼中, 名人成为亲密和熟识的情感投射对象。这种想象性的“准社会互动”加深了受众的卷入程度, 名人与受众或粉丝之间的联结更趋紧密, 进而推动了名人产业和名人经济的发展。在视觉文化时代, 视觉媒介在“准社会互动”场景建构中发挥着重要作用, 这意味着要通

过名人形象展演的方式营造在场感，名人作为凝视的对象不断地被置于镁光灯下，在此过程中“美颜”与“修图”成为名人形象管理的标配。社交媒体和视频直播的出现，进一步推动名人与粉丝的实时在线互动，名人形象的在场感持续强化，名人与粉丝之间更加亲密的陪伴感得以建立。

(三) “形象政治”与“网红策略”

在“形象政治”盛行的年代，出现了一些政治名人透过“网红策略”维持曝光度，意图提升网络声量，博取新闻版面，累积政治资本的现象。在这种畸形的“形象政治”中，网络声量成为衡量政治人物前途的关键指标。

特别是伴随着脸书（Facebook）和推特（Twitter）等社交媒体在西方社会的广泛使用，世界许多地方出现了依托“网红策略”成功逆袭的“政治素人”。“政治网红”得以成功的关键在于透过网络空间的反复曝光，塑造具有魅力的个人形象，不断提升其知名度和认可度。当代政治的媒介化、景观化、娱乐化和民粹化的表现愈来愈突出，这种空洞的网红操作，进一步强化了“形象政治”的运作逻辑，削弱了民主政治的品质：“深层来看，政治人物搭上网红的现象还可能弱化社会该有的议题讨论，甚至进一步鼓吹社会里的反智风气。”（黄顺杰，2019）重要的公共议题乏人问津，政客哗众取宠的表演却备受追捧，这成为西方民主政治劣质化的重要表征。在透视当代美国社会文化时，道格拉斯·凯尔纳（Douglas Kellner）提出“媒体奇观”（media spectacle）概念，并将好莱坞化的美国总统政治作为重要的分析样本，认为其构成了一种“媒体奇观”：“媒体把政治简约为形象、展览和故事，运用各种娱乐形式——尤其是通俗剧来展现给广大观众。”（凯尔纳，2003，p. 185）在选票和收视率的压力下，政客与媒体合谋完成了政治娱乐化的叙述实践。政治传播中这种褪去严肃性的演示叙述，消解了传统政治的宏大叙述，在为政治祛魅的同时却滑向另一个令人忧虑的极端。

二、“表演平凡”：名人本真形象的竞赛

(一) 泛名人化时代的本真性

在泛名人化时代，形象展演越来越转向日常生活，大众传媒热衷于展现名人庸常、真实的一面，以此作为主要卖点。澳大利亚传媒学者格雷姆·特纳（Graeme Turner）认为，电视节目从“戏剧模式”（drama formats）转向

“‘真人’模式”（“live” formats），越来越多的普通人成为“媒体表演者”。一个泛名人化时代已经到来，特纳将其征候命名为“民众化转向”：“我自造了‘民众化转向’这个词，作为一种首选意义，来指代日益明显的‘普通人’通过名人文化、真人电视、自制网页、谈话类广播等方法，把自己转变成媒介的内容。”（2011，p. 3）普通人经媒体曝光，摇身一变成为特纳所谓的“普通名流”（ordinary celebrities），或克里斯·罗杰克（Chris Rojek）杜撰的“小报名人”（celetoid）。透过社交媒体以及视频直播，平民网红将原本作为后台的日常生活情境展现给公众，以本真性表演营造在场感。

本真性之所以成为名人制造至关重要的特质，很大程度归因于名人形象的空洞性：“由于面临着名人制造的话语、文化，以及‘独特的’才能的缺席，本真性的协商（对于‘真实自我’的宣称）必将更为热烈。”（杨玲，陶东风，2013，pp. 328 - 329）除了这种本真性形象，名人身上的其他特质乏人问津。媒体之间展开了一场曝光名人本真性形象的竞赛。当然，这是一种名人形象展演策略，是以市场为导向的设计，按时下流行的说法，这不过是根据写好的脚本定制的风格鲜明的人设。“在人设时代，人设早已超越明星原有的指称意义，成为一种书写明星风格的工具。”（刘娜，2020）正因为名人人设与其真实性情往往相去甚远，所以“人设崩塌”的戏码才会时常上演。

有论者从媒介特性角度出发，区分了不同媒介在名人制造方面的差异。兰格（Langer）和埃利斯（Ellis）认为，电视名人与电影名人是不同的，主要表现在其与受众情感关系的亲疏程度：“由于电视作为一种媒介的本质，不可能有所谓的电视‘明星’。注重友好和亲密的电视修辞、屏幕的尺寸、每条持续不断的播出，以及家庭情境中的收看，都不利于名人的建构，只是产生出了‘名人效应’。电视的言说和接受模式被认为不太可能产生距离或‘光晕’意识……电视更多地制造出接近、熟识和可获得性。”（杨玲，陶东风，2013，p. 313）电视名人与观众朝夕相处，就像日常生活中的普通人。“电视名声”（TV fame）是一种现实主义构成。电视媒介对于本真、普通的名人形象的建构无疑起了推波助澜的作用。而在互联网时代，社交媒体以及视频直播，更是将名人原本私密的后台空间敞开，将本真性展演发挥到了极致。

（二）被公开的伪后台形象

娱乐名人和新闻记者之间的关系是微妙的：“名人必须与狗仔队和小报

达成某种工作关系，既为他们主动提供报道材料，又试图保持公共与私人生活的界线。”（杨玲，陶东风，2013，p. 282）曝光私生活是一把双刃剑，在带来名气的同时，又损害了个人隐私。在大众传媒制造的名人文化中，公共空间与私人空间的界线日益模糊。胡泳指出，现代社会正在经历“公共空间的私人化”与“私人空间的公共化”这两个平行的过程：“公共空间成为一个公开承认个人秘密和个人隐私的地方。公共空间日益缺乏的是公共问题。‘公共空间’被‘私人’占领着；‘公共关注’被贬低为对公众人物私生活的好奇心；公共生活的艺术也被局限于私人事务以及公众对私人感情承认的公开展示。”（胡泳，2008，p. 236）名人的隐私本是不应公开的后台景观，名人被公开的后台形象其实是经过精心挑选和伪装的，有些文本甚至是名人与媒体合作完成的，这与真人秀节目的伪后台叙述现象如出一辙。（王强，2018）美国视觉艺术家阿德里娜·赖（Adrienne Lai）以尤尔根·泰勒（Juergen Teller）的名人照片为例，分析了“名人摄影肖像学”从“华彩”（glitter）到“粗糙”（grain）的重大变革：

随着公众日益注意到他们消费的影像中所包含的不计其数的伎俩和虚构，他们可能会对明星的理想化形象心存怀疑，甚至满怀敌意。为了回应社会文化转型以及公众媒介素养的提高，名人摄影的肖像学（iconography）开始从“理想”的虚假光泽转向“真实”的凡俗领地。不讨好的明星照不是什么新鲜事儿——狗仔队的照片一向是小报杂志和报纸的常客——但现在很多这种明星照片却是官方的、明星首肯的拍摄结果。（杨玲，陶东风，2013，p. 278）

这一变革去除了名人影像的“光晕”（aura），进而以一种“粗糙的快照美学”消解了名人神话。泰勒的作品更以“本真”（authentic）和“邋遢”（grunge）的美学风格而著名，不露痕迹地营造出类似名人生活后台的景象。

那些未经授权的记者偷拍，其实未必全都是名人形象的真实记录，其中不乏刻意伪饰的成分。名人被伪饰的形象是受众所拒斥的，而那些拙劣的伪后台形象同样容易露出马脚，进而遭到受众质疑。伪装术越来越高超，受众的疑心也可能越来越重，这似乎构成了一场永无休止的攻防战。尽管众多名人对狗仔队侵犯隐私的偷拍行为义愤填膺，但受众却习惯从那些偷拍的影像中窥视名人生活。

（三）表演出来的平凡性

如果说名人平凡的一面具有新闻价值的话，那么何以确保民众化转向进

程中“普通名流”的故事具备可述性呢?“普通名流”虽然也被赋予“表演平凡”的任务,但是参加真人秀节目的普通人大多是经过层层选拔最终脱颖而出的,因而其平凡性(ordinariness)早已打了折扣。普通人被媒体选中并非偶然,这一竞逐过程是非常激烈和残酷的,且充满戏剧性,本身就构成一个跌宕起伏的生动叙述。胜出的“普通名流”不再平凡,但媒体却试图制造一种平凡的假象,以继续吸引那些平凡的受众。特纳认为这是由媒体操控的一种生产技术:

许多媒介,像电视、广播、互联网,都已开发出一些生产技术,以确保普通人表演的“真实性”令人满意;而考虑到这些普通人不得不通过选择而逐级进步的过程,他们的“平凡性”无论如何都是有争议的。消毒这些过程(即,否定隐藏在他们身后的等级结构)的方法之一,就是让民主化的含义变得戏剧化,如成千上万普通(言外之意自然就是才干平平)的申请者到场面试《偶像》节目。面试这种视觉奇观告诉我们,在这场竞赛中,人人都有机会。(特纳,2011, p. 18)

三、脚本化演出:新闻演示叙述的伦理困境

显著性是新闻价值的一个重要元素,著名人物和重大事件都具有新闻报道的价值。大人物是天然的好新闻之源,“新闻界流传一句话,姓名能产生新闻,显赫的姓名能产生重大新闻”(莱特尔,哈里斯,约翰逊,2010, p. 26)。名人平庸琐碎的私生活都时常暴露在记者的镁光灯下,而小人物则往往要干出一番大事、成就一番传奇或者做出一些极端之举,才能有幸被媒体选中,成为新闻事件的主角。赫伯特·甘斯对美国新闻业的观察印证了这一点:“时间与版面空间的匮乏仍然会迫使新闻从业者将眼光集中在我所谓的‘知名人士’(Knowns),特别是政府官员身上;至于‘无名小卒’(Unknowns),他们只关心那些身陷冲突、触犯法纪或者作出不寻常举动的个体。”(甘斯,2009, p. 10)帕特里克·尚帕涅(Patrick Champagne)提出“媒介资本”(media capital)这一概念,主要指的是“人们影响新闻事件的能力”(库尔德利,2014, p. 145)。显而易见,名人掌控的媒介资本要远远大于普通人,名声就是一种无形的媒介资本。

(一) 脚本化与非脚本化：新闻故事的类型学

为了引人注目，高效直观地表意，人们在社会互动中往往需要进行戏剧化的表演。新闻人物的作秀和表演，是当下新闻戏剧化的重要表征：“视觉手段的运用，如照片、图像和实景视频，使新闻具备了戏剧效果，俨然把新闻变成了真正的戏剧。……确实存在这样的问题：一些重要的新闻因为画面难以拍摄而没有被报道；而一些无关紧要的事件只不过因为视觉效果完美便成了新闻。”（班尼特，2018，p. 57）在当代名人新闻的演示叙述实践中，名人的外在形象得到强化。这可能带来不利影响，表演者耗费精力专注于外在形象的塑造，虽然在观者那里获得了预期的表达效果，但可能沦为徒有其表的欺骗性表演。这样的隐含形象也与真实的图景相去甚远。伴随着传媒势力和影响的扩大，“假事件”频发的征候愈来愈凸显。（王强，2018）

总体来看，媒体报道的新闻事件可以划分成两类：脚本化的和非脚本化的。这有点类似于哈维·莫洛克（Harvey Molotch）和玛丽琳·莱斯特（Marilyn Lester）设计的“新闻故事类型学”的区分：新闻可以划分成“被筹划的”（planned）和“未被筹划的”（unplanned）两种。（库兰，古尔维奇，2006，p. 172）新闻报道中的“政治作秀”以及其他恶意的新闻炒作往往因其虚假表现而引发受众的反感。但有的论者则对所谓的“假事件”持有开放态度：“浪漫主义者把它们看作是现实的另一种，甚至可能是高一级的选择形式。”（戴扬，卡茨，2000，p. 35）2003年5月1日，时任美国总统布什（George W. Bush）乘坐的战机降落在林肯号航空母舰上，宣布“伊拉克主要战事结束，美国及其盟友获得胜利”。这一新闻报道就是符合“假事件”定义的戏剧化文本。媒体突出了这一历史时刻的戏剧化和表演性色彩，甚至将之与电影《壮志凌云》的经典桥段进行类比。《华盛顿邮报》专栏记者达纳·米尔班克（Dana Milbank）这样描述当时的情景：“昨天，载着布什总统的‘维京号’（Viking）在停泊在加利福尼亚海岸的‘亚伯拉罕·林肯号’航空母舰上降落，总统的形象再次被提升到一个新的高度。布什身穿橄榄绿的战服战靴，左臂随意地夹着头盔，从驾驶员座舱中走出，他与水手们互致军礼的时候，他的弹射吊带紧紧裹着他的罗圈腿，他大摇大摆地走来，有一种电影《壮志凌云》的既视感。”（班尼特，2018，p. 52）新闻媒体根据白宫公关团队写好的好莱坞式脚本进行报道，作为新闻当事人的总统则变身为这幕新闻戏剧的主要演员，完美地塑造了“壮志凌云”的英雄形象，使得重大的政治宣示行动转变成一场视觉秀。在事件表象的蛊惑之下，受众接收的新

闻更多成为现实的一个幻象罢了。

在视觉文化时代，新闻演示叙述的重要性不言而喻。基于提升收视率的考量，新闻媒体倾向于以商业思维看待受众，用戏剧化和娱乐化的叙述文本讨好受众，结果却不尽如人意。在班尼特看来，当下美国新闻媒体与政治名人之间存在两种关系：“要么发布被政治人物‘授权’的政治宣传，要么就是用失误和丑闻给政治人物下套儿，这就是奇怪的美国新闻模式。”这两种关系也可以视为媒体在政治名人“新闻表演”过程中维持或打破他们之间协议的表现。在班尼特的批判视域下，热衷于捕捉政客纰漏的媒体并不会让受众肃然起敬：“这种‘逮到你了’模式的新闻在受众看来经常是摆个架势而已——只是记者用来使自己显得独立、具有反叛精神的一种游戏。”（班尼特，2018，p. 189）记者乐于揭丑，正是新闻业盛行煽情主义之风的结果。好莱坞化的名人新闻构成一种媒体奇观，成为媒体纪实叙述戏剧化的突出表现。

（二）表演式抗争：弱者的身体叙述

有的普通人或弱势群体，为成为新闻主角，便想方设法“成名”。当事关个人重大利益的诉求无法通过日常“隐蔽文本”形式的抵抗以及其他正当途径得到有效解决时，“表演式抗争”就可能会出现。底层个体通过公开表演的方式进行抗争，属于一种自我赋权的行为，也可以视为“弱者的武器”。表演式抗争是一种主动的、公开的新闻表演，它不同于底层日常反抗的隐蔽形式。在视觉转向的时代语境下，诉诸身体叙述的表演式抗争成为“图像政治”（image politics）的典型表现：“在当前社会普遍而深刻的‘图像转向’语境下，社会问题建构与公共舆论生成越来越多地诉诸于‘图像事件’的方式。图像的社会动员优势，主要体现为图像相较于文字而言的‘争议’（arguments）建构能力。正因为图像的在场，争议被赋予了极大的戏剧性，这完全符合视觉文化时代议题建构的叙事逻辑。”（刘涛，2017）相对而言，个体的力量单薄，因而个体化的抗争表演更具有媒介依赖性，有时常规化形式可能无法奏效，只有采取极端化的方式才能吸引媒体关注，因而更富于戏剧色彩。但是个体化的抗争表演经由媒体报道，也会产生一种示范效应，并演化为一种常规化脚本，愈来愈缺乏新意，其效果最终适得其反：新闻媒体和公众质疑当事人的动机，进而对此类表演产生了“免疫力”。

通过表演式抗争制造的新闻事件也是一种“假事件”。事实上，近年来发生的“跳楼秀”“跳桥秀”等表演式抗争甚至存在熟悉新闻作秀程序的策划、导演和报料者等幕后推手。一些表演式抗争所导致的跟风模仿、扰乱秩

序等负面后果已经引起媒体和公众的反思。

(三) 消解幻象：新闻叙述伦理的重构

归根结底，当代新闻演示叙述的伦理困境在于，一方面背离了新闻的本体属性，将新闻转化成一种脚本化的表演实践，破坏了媒体与受众之间的理性契约关系；另一方面则是对形象的滥用，削平了线性叙述的深度，造成社会公共舆论资源的浪费以及当下媒体的叙述危机。越来越多的受众对这种被冠以“垃圾”(trash)之名的新闻报道弃之如敝屣，新闻大众化的结果并未如预期的那样生成。新闻的演示叙述看起来最容易吸引受众的眼球，却造成受众注意力耗损的后果。

在形象霸权支配下，媒体的线性叙述结构趋于崩塌成为当下叙述危机的突出表征。有论者将“数字-网络媒介”时代的社会形态特征概括为“拟演示性”，以区别于“口语-身体媒介”时代的演示性特征。具体而言，拟演示性一是“展演的成分更多”，二是基于多媒介融合而“更多地呈现出碎片化、拼贴式等特征”。(唐小林，2020)这些变革对于媒体的意义建构和叙述形式都产生了重大影响。道格拉斯·洛西科夫(Douglas Rushkoff)描述的“现在式”流行文化已经重塑了媒体叙述的形态。不管是电视还是网络，到处都是吸引眼球、展现极端情境的影像。这些富有冲击力的现在式情境消解了线性叙述的意义表达，往往流于空洞、低俗和碎片化，这可以视为演示叙述戏剧化的极端变异表现。(王强，2017)人们在躲避复杂线性叙述挑战的同时，也可能放弃了探寻深度意义。这种媒体文化无疑令人忧心。在形象政治大行其道的当下，建构“批判性形象传播学”的主张值得高度重视：“我们要反抗形象的霸权，抵抗居于支配地位的视界政体(scopic regimes)，为想象力而奋斗，为不可见的事物辩护。”(陈世华，2020)消解幻象，善待名声，重构当代新闻的叙述伦理，这是需要新闻当事人和媒体共同反思的时代课题。

引用文献：

- 班尼特，兰斯(2018). 新闻：幻象的政治(杨晓红，王家全，译). 北京：中国人民大学出版社.
- 陈世华(2020). 为“形”所困：形象传播的政治经济学批判. 厦门大学学报(哲学社会科学版)，6，163-172.
- 戴扬，丹尼尔；卡茨，伊莱休(2000). 媒介事件(麻争旗，译). 北京：北京广播学院出

版社.

迪克斯, 贝拉 (2012). 被展示的文化: 当代“可参观性”的生产 (冯悦, 译). 北京: 北京大学出版社.

甘斯, 赫伯特 (2009). 什么在决定新闻: 对 CBS 晚间新闻、NBC 夜间新闻、《新闻周刊》及《时代》周刊的研究 (石琳, 李红涛, 译). 北京: 北京大学出版社.

胡泳 (2008). 众声喧哗: 网络时代的个人表达与公共讨论. 桂林: 广西师范大学出版社.

黄顺杰 (2019). 超自然“馆长”现象. 获取自 <http://www.zaobao.com/news/china/story/20190525-959245>.

库尔德利, 尼克 (2014). 媒介、社会与世界: 社会理论与数字媒介实践 (何道宽, 译). 上海: 复旦大学出版社.

库兰, 詹姆斯; 古尔维奇, 米切尔 (2006). 大众媒介与社会 (杨击, 译). 北京: 华夏出版社.

莱特尔, 凯利; 哈里斯, 朱利安; 约翰逊, 斯坦利 (2010). 全能记者必备: 新闻采集、写作和编辑的基本技能 (宋铁军, 译). 北京: 中国人民大学出版社.

刘娜 (2020). 人设: 作为一种风格的想象. 符号与传媒, 2, 166 - 176.

刘涛 (2017). 符号抗争: 表演式抗争的意指实践与隐喻机制. 中国地质大学学报 (社会科学版), 4, 92 - 103.

洛文塔尔, 利奥 (2012). 文学、通俗文化和社会 (甘锋, 译). 北京: 中国人民大学出版社.

唐小林 (2020). 符号叙述学视野与人类社会演进. 符号与传媒, 1, 195 - 205.

特纳, 格雷姆 (2011). 普通人与媒介: 民众化转向 (许静, 译). 北京: 北京大学出版社.

王强 (2017). 媒体纪实叙述的戏剧化. 编辑之友, 2, 59 - 64.

王强 (2018). 当代电视纪实文本的“秀叙述”. 重庆邮电大学学报 (社会科学版), 4, 119 - 126.

杨玲, 陶东风 (2013). 名人文化研究读本. 北京: 北京大学出版社.

赵毅衡 (2013). 广义叙述学. 成都: 四川大学出版社.

作者简介:

王强, 闽南师范大学新闻传播学院教授, 主要研究方向为传播学与叙述学。

Author:

Wang Qiang, professor of School of Journalism and Communication, Minnan Normal University. His research field is communication and narratology.

Email: 416425757@qq.com