



◎ 余秋雨文化散文的書寫向度與接受美學

99.5.28 (週五)	14-17 時	陳旻志 南華大學文學系副教授	豐原高中會議室
--------------	---------	----------------	---------

簡介：台中縣豐原人，東海大學中國文學博士，南華大學文學系專任副教授，暨南大學中文系兼任副教授，四川大學訪問學者，紫荊書院主持人。專研文化人格理論、類型文學、儒道思想。

筆名**紀少陵**，創作新詩、散文與報導文學，榮獲八十五年度「教育部文藝創作獎」、第三屆「華航旅行文學獎」、第三屆「佛光文學獎」、第三十八屆「國軍文藝金像獎」。已出版《殘霞與心焚的夜燈如舊》論集（萬卷樓出版社），即將出版《燒炭紀》詩集。

【講 綱】

- 一、 文化書寫與「多角反饋」的劇場效應：
- 二、 文化人格與審美心理儀式：
- 三、 美學經濟—文化創意產業的中介者：

【講 義】

余秋雨擅長以高度的同理心，為歷史人物難以言說的歷史頓挫、設法突圍與重建議題。奠基在行旅歷程的文史況味（苦旅），讀者也在他的引領下，如實的跨越了古、今的對立、甚至於中、外的界限。更重要的是「自我」與「他者」（異己、異鄉、異國、異族）之間，既定的意識型態，得以因余氏的文化書寫而徹防。

一、文化書寫與「多角反饋」的劇場效應

1. 將古、今、中、外既定的時空框架並置：一系列旅行文本中，處理旅人與地理、旅人與他者、旅人與自我之間，彼此的參照與辯證關係。他即認為在逼近「歷史」的同時，逼近「自我」，方能決定文學的主體生命體驗。
2. 龐大文史資料，形成了「有用知識」的傳習與傳播：建檔鋪陳為「文化人格博物館」中被掏空（糾葛於盤根錯節的大量文史細節，亦即他所貶視的記憶性文化族群內涵）的陳列品，以便於現代人恣意檢視與消費，進而提昇人文素養。

3. 讀者在他所扮演的「文化中介者」嚮導之下，將中國文化的知識面加以含納馴服：並將形成的「文

化擬像」，通過各色傳媒不斷複製給現代消費者閱覽，而且可以通過此一歷程重建自我。此外余氏在文革期間「石一歌」寫作組的訓練中，對於文化散文在敘述模式與敘述內驅力，以及誇飾性「大詞」、「聖詞」的慣用，頗能滿足接受者浪漫主義式的需求。並且吸收中國古典小說的「圓形敘述學」，形成起、承、轉、合又再度回到起點的「程式化套路」，形成矯情式的移情作用。

4. 文化書寫的模式，儼然形成了「多角反饋」的劇場效應與觀眾心理學的課題：在戲劇上則延伸為不

斷地根據「效果」來調節「活動」的意識作用，許多戲劇家的種種改革，往往以改變「舞台」與「觀眾」的關係，也就是調節反饋關係作為基點，甚至關涉於於劇場內外的反饋 - 劇作家、導演、製作人與觀眾之間的「公共期待視域」情結。更何況「再現」本身就是一個戲劇的概念，誠如文化研究「東方主義」中所謂的「東方」，其實就是把整個東邊的世界侷限起來的一個「舞台」。由此文化模式的引導之下，余秋雨現象遂由「編戲」、「看戲」到「入戲」以致於「太過入戲」的糾葛，這一多重向度的反饋效應，恐怕也是余式和余迷始料未及。

5. 余秋雨面對這些質疑，表現出一昧拒諫，這一矯情而悖反常理的邏輯，表現在如下的環節：

- (1) 《文化苦旅》的寫作，乃發軔於學院訓練的沉痾，卻又因著「文化散文」獨特的知性型態，勢必將回歸學院的專業檢證，表現出既要「突圍」，又不得不回歸「圍城」之中的無奈。
- (2) 在〈酒公墓〉一文中，透過「邏輯救國論」主人翁畢生種種「不合時宜」的主張，以及悖反「世俗邏輯」的遭遇，折射出余氏莫以名狀的苦楚。主人翁張公，僅能為往生者書寫墓志，而反觀余秋雨本人，也僅能置身許多「間接現場」，為所謂的人文山水與人格命題，悠悠立傳，呈現一部悲劇反諷的圖像。
- (3) 筆者運用余氏個人文學理論中至為重要的理論環節：「**榮格的個體化與原型論學說**」，作為我們破解此一現象的方法。在此一內在理路中，進而揭示余秋雨的文化人格「原型」：**由浙東餘姚文化，下迄上海城市人格的積澱歷程，體現出糾葛於復仇與拒諫之間的矛盾心態。**
- (4) 在此原型的投射下，將複雜的學術文化問題，化約為便於散文書寫的「準化身」（文化人格），不僅不能質疑，更需再三致意思服；余秋雨本人則為最佳的代言人，以「文化人格化」（東方主義式）的文化書寫模式，為蘇東坡、魏晉名士、科舉制度、海南文化、上海文化、浙東文化等等廣泛的議題，重新「量身定作」一套論述與創造性詮釋，以便於學院外的讀者樂於感召、樂於吸附，以引起共鳴。然而此一書寫模式的盲點，亦與東方主義的困境如出一轍，也就是說，一旦所謂「東方化」的東方，與「事實上」的東方參照之下，真偽與對錯的爭議也就呈現出極為難堪的處境。

二、文化人格與審美心理儀式

1. 余秋雨文學思想的「基源問題」：如何塑造健全的文化人格？

由個體「我」的自問與反思，進而演變為「我們」的集體思索

2. 余秋雨「文化散文」的基調，乃取法於文化人類學與戲劇人類學中，關於儀式的設定與獨特氛

圍之營建。對於榮格心理學的「集體潛意識」學說，以及文化人類學觀點，都有深入的吸收及轉化，旨在尋找華人共同的生命基因，並闡釋較具理想的良性組合。

3.文化散文與價值的陳述：在歷史的縱深中，挺立健全的「文化人格」命題，對於現代人普遍匱乏的精神結構而言，提供了高屋建瓴的夢想所繫。

4.重視「召喚結構」的開放性設計：其一為「嵌入性召喚結構」，提供我們切換角色、身歷其境的閱讀經驗。

其二為「吸附性召喚結構」，乃發揮藝術本體的聚合力量；以接受者的參與，構成最為理想的審美心理儀式。

5.關於儀式的具體作用，使所有被動的接受者成為主動的參與者。儀式的洗禮下，無法明確區分作者與敘述者孰為面具孰為真身。有助於將個人的際遇與「集體潛意識」產生更多的呼應。屆此藝術結構與集體深層心理的「原型」相契合，「召喚」的幅度越大，作品與群體民族以至於人類的神話遺產的關係，也就愈加密切。

三、美學經濟－文化創意產業的中介者

1.「文化人格」的系列議題，也能滿足美學經濟的論述中，如何「創造自我成為一件藝術品」的基本信念。將自己不折不扣的存在，與五光十色的時尚符號、文化意象沉浸其中；即時體驗、探索更多的可能性，進而「創作」一個理想化的自己。

2.如何為余秋雨的「文化書寫」作一合理的定位？應將其人界定在「文化中介者」與「創意經理」的環節，就文化產業的評估而觀，有幾項特點頗為相應：

(1) 關於呈現與再現的所有職業（行銷、廣告、公關、流行、裝飾等），並且提供符號性財貨以及勞務的機構。

(2) 具有特定的品味與文化實踐，並建構迎合特定文化文本的新興閱聽人的需求。

(3) 泛指所有與文本及符號產製有關的人士，介於製作者與消費者之間，或稱為創意經理或是符號創作者，咸以野心建立符號性產製的特定領域自主權為己任。

如此一來我們僅能將余秋雨「再現」與化約的文化符碼，視為一種「創意」，不能等同於全然專業的學術知識。但是對於文化的播揚畢竟有其影響，誠如金庸本人儘管不會武術，但是由他所創作的武俠小說依舊引人入勝。

3.余秋雨的「文化書寫」，乃將文化遺產的觀念，轉型為「現在進行式」的召喚結構，以及「美學經濟」的產銷體驗觀點：「以創意整合生活美感之核心價值，提供具有深度體驗與高質美感的經濟」，正是

著重於劇場氛圍的信念，並且結合「展示體驗 - 身歷其境而難忘」的手法，進行傳習。

4. 余氏《藝術創造工程》一書，闡述藝術對於人的精神塑造，實與感官的塑造同步。誠如音樂的最

終目的，並不僅止於聽眾得以精神陶冶，應歸宿於造就更為健全的聽覺器官，以便於適於聆聽包含著精神核能的感官音響。藉由改易感官的直覺、甚至於啟發頓悟，觸動深層意義上的心理結構和人生系統。

5. 充分運用文化「遺產」，轉型為文化「資產」的敘事策略，持續個人品牌的神話效應。提供當代

「文化智商」與「文化產業」的趨勢，最為醒目的代言。本文乃奠基於此，希望藉由余秋雨現象，反思余氏一系列的「文化散文」敘事，如何兼攝散文、小說、戲劇、史傳、科普等文體風格，奠定「故事性行銷」的經典案例。並在文壇評價的聚訟之餘，尚且提出「記憶文學」的嶄新體裁，作為迴應與宣言，實屬難能可貴。「故事是最強的說服力」，儘管余秋雨在學界與評論界備受爭議，卻因為擅長營造身歷其境的「說故事高手」，反而跨足台灣企業與產業界，成為「體驗經濟行銷術」的代言人，而為文壇始料未及的邊際效應。並且提出「記憶文學」的文體，以此「爭取信認的認同型故事」，試圖為自己切身的遭遇平反，贏得更為廣泛的同情，突顯他「背對學界，面向讀者」的悲壯氛圍。本文竭誠以個人學術的視野，結合跨學科與不同業界前賢的觀察，試圖將余秋雨散文，貞定於文化書寫的諸多層面，方能充分定位此一文化現象的價值所在。