

## 美學經濟與多角反饋的劇場效應 ——余秋雨散文的文化書寫研究與定位<sup>\*</sup>

陳旻志<sup>\*\*</sup>

### 〔摘要〕

余秋雨的散文創作，不僅鼓盪了一股文化書寫的浪潮，在他筆端，揭示了歷史與生命俱為「兩重窠臼」的結果。他擅長將冷僻的史料與理論，結合戲劇與傳播的手法，不斷營造個人與市場的傳奇。這一特點，整體而觀，顯然嫻熟於說故事行銷與表演銷售法的底蘊。

以讀者接受的角度而言，余氏專注在作品中經營「召喚結構」的理念，也頗能符合夢想、傳奇與「美學經濟」時代的甦醒與感動。然而由「余秋雨熱」到「余秋雨現象」的十餘年間，無論是媒體的吹捧炒作，到評論界針對他在大陸文革期間的立場、以及作品中顯見的種種常識性與史實的失誤，提出大規模批評的棒喝。余秋雨面對這些質疑，表現出一味拒諫，甚至於矯情反擊的轉折歷程，十分耐人尋味。筆者認為觸及了余秋雨文學心理的原型批評，實乃溯源於明末黃宗羲以降，所代表的浙東餘姚文化——下迄現代上海文明，乃攸關整體人格的積澱歷程，進而探討潛在的心理機制與敘事學模式。

縱觀余秋雨的散文敘事理則，乃以「如何塑造健全的文化人格？」作為文學思想的基源問題；對於探索文化人格的黃金比例，他主張由表層的戲劇情節氛圍，轉入深層次的集體文化人格探索。試圖疏通潛意識的河床，並有效印證他個人在文化人類學上的體認。無論是他的作品或是作者個人的處境，對於文化研究中，「自我」與「他者」之間辯證的視角，勢必提供更為全面的論述場域。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。甚至於跨足企業界，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，也是作為今日重新評定余秋雨現象的一個參照。

關鍵詞：文化產業、文化人格、余秋雨、文化研究、美學經濟

<sup>\*</sup> 本文初稿原為會議論文，發表於「第三屆文學與資訊學術研討會——0與1的文學世界——文學詮釋、資訊化與跨文化」（民國95年10月22日，臺北：臺北大學中國語文學系主辦），承蒙會議講評教授與《文與哲》學報審查教授之寶貴指正，筆者內文已據審查意見作增益修改。

<sup>\*\*</sup> 南華大學文學系助理教授

## 一、說故事行銷與表演銷售法

余秋雨的散文創作，可謂是「現代說書人」，對於既定史料的演繹，不自限於歷史傳記的視野，更是結合了他在戲劇領域的掘發，將文學的舞台賦予現代人生活處境的對話。不僅鼓盪了一股文化書寫的浪潮，在他筆端，揭示了歷史與生命俱為「兩重窯變」的結果。<sup>1</sup>他擅長將冷僻的史料與理論，結合戲劇與傳播的手法，不斷營造個人神話與市場的傳奇。這一特點，整體而觀，顯然具備了知性散文的底蘊，又能嫻熟於說故事行銷與表演銷售法的精神，方能在十餘年來爭議不斷，卻能持續長紅的道理。

此外余氏企圖將龐雜而沉重的「文化遺產」，透過文化書寫的理念，轉化為行銷管理的相關領域，提供大眾得以參與的「文化資產」。正是重新確估余秋雨文學現象的一大樞紐，也有助於現今文化產業與文化研究最為具體的論述。以讀者接受的角度而言，余氏專注在作品中經營「召喚結構」的理念，也頗能符合夢想、傳奇與「美學經濟」時代的甦醒與感動。當「夢想社會」已然取代資訊社會的影響力，同時「美學經濟」也跨越了知識經濟所不能提供的願景與渴望。余秋雨現象的持恆效應，正與所謂「第五型社會」的典型社會邏輯彼此接榫；消費者（讀者）需要的是「故事」的感人，以及「產品」（作品）的附加價值，也就是為過去美好的「懷舊產品」，乃至於產品背後的故事，付出更多的代價。<sup>2</sup>因此余秋雨所創作的文化散文，無非是歷史懷舊的敘述（故事），卻又能在其中完成「價

<sup>1</sup> 所謂「窯變」，乃指陶瓷釉色在燒窯過程中，由於爐中的氣氛溫度、釉料中的雜質含量、使用的燃料等交互影響的變數，已非窯工主觀意識所能支配，釉色遂自然產生詭譎異樣的迷人變化，不可名狀。歷史上著稱的鈞釉，以及曜變天目釉，皆為箇中翹楚。而琉璃的燒治，則以扁青石為藥料，同樣也在前後冷、熱處理的燒成歷程中，形成瑰麗的光澤釉料。審視其間，我們不難發現余秋雨觸及的難題，正是他在一系列文化散文創作中，普遍處理與闡述的「文化人格」困境，如何有效形塑此一人格的審美意涵？由「余秋雨熱」到「余秋雨現象」下的十餘年間，文壇、學界與傳媒之間，引發的種種糾葛與評價，顯然已然超過余氏本人所能掌控，儼然是上述兩重窯變的「現身說法」。他在〈文明的碎片·題敘〉或者〈鄉關何處〉文中，以及〈琉璃〉一文，感慨書寫了「兩重窯變」的主張，揭示了「燒治」歷史，讓粗糙與混雜得以結晶；用火也用心的燒治之下，在他筆下，歷史與生命俱為「兩重窯變」的成果。詳見陳旻志：〈文化人格的原型論——黃宗羲與余秋雨文學思想之溯源〉，《傳播、交流與融合——明代文學、思想與宗教國際學術研討會論文集》，（臺北：新文豐出版公司，2005年），頁340。

<sup>2</sup> 見天下雜誌書摘：〈第五型社會來臨，有夢才有未來〉，《天下雜誌》6月號，2004年，頁509、510。

值的陳述」，不再停留於教科書以及學術事實的制約，對於廣大的消費者而言，又能具備文史教養、守護人文資產、深度旅行、傳記勵志等等附加價值的啟發。<sup>3</sup>此一「文化直銷」的手法，不正是學界與教育界一直期待開展的路向？特別是余氏持續呼籲，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。誠如市場機制中，嶄新產品的一新耳目，往往都是牽動普遍的消費渴望與心態。他在《藝術創造工程》一書〈形式的凝鑄〉文中，即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。

以故事作為「價值的陳述」而言，余氏也擅長將故事與「產品」以及「服務」相互結合的手法，甚至於與讀者（顧客）一起變成故事的「共同敘述者」，如同集體參與儀式的精神效能，進而在其中得以與所謂的集體潛意識，產生更多的呼應。<sup>4</sup>這也是當余秋雨在身陷多重困窘的論戰中，仍能以整體宏觀的視野，覺察到自身牽涉的文化人格論述<sup>5</sup>；並藉此派生出諸多的人生命題，《霜冷長河》、《掩

<sup>3</sup> 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。他坦誠這一系列「文化散文」的成就，乃奠基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。對於分析心理學派榮格的「集體潛意識」學說，以及摩爾根「三階段進化論」的文化人類學觀點，都有深入的吸收及轉化。並且竭誠鼓吹重回歷史文化現場，特別是「間接現場」，他認為足以提供文化人物造型賦彩的「人格學校」。並且自覺地重建此一已然泛化的背景，進而將這一精神遺傳，經過優化選擇、開啟理性程序。將文化探求與生命拷問連成一體，進而向大地「索取」課題；的書寫策略，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。

<sup>4</sup> 余秋雨在《余秋雨·臺灣演講》一書中指出，文化散文的成就，不僅得力於小說的情景敘述功能與散文的精神效能，更特別是奠基於早年在文化人類學與戲劇人類學中，關於儀式的設定與氛圍：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。採行泛儀式的觀點，情景與儀式的型態不妨多元多樣，有助於將個人的際遇與「集體潛意識」產生更多的呼應。《余秋雨·臺灣演講》，（臺北：爾雅出版社，1998年），頁55、56。

<sup>5</sup> 由余秋雨開啟的「文化散文」，涵蘊所謂「學者散文」、「大散文」等特點，一旦觸及「常識性錯誤」的文史硬傷，就不能等閒視之，遠非一般散文的寬鬆標準，必須界定在科普文章的層次以上。繼而余氏一意將諸多批評文字與盜版文化結合批判，引起大規模的反彈，更有文革時期的「懺悔爭議」，為余氏始料未及。他的危機處理與迴應心態，反映出種種判斷失誤與過度矯情的態度，值得深入剖析箇中文化行為。

卷沉思》與《台灣演講》諸書的應運而生，洵屬大不容易，也大大擴充了余氏與讀者共同對話的敘述模式。例如《掩卷沉思》書中，即將他與讀者書信往返的篇什，獨立為「答學生問」與「燈下回信」等章節，體貼而雋永的筆觸，深信對於余迷、余熱的持續效應，以及所謂產品的附加價值、售後服務，應有相乘相加的意義。<sup>6</sup>再加上豐富的戲劇理論與田野調查經驗，他吸收了接受美學理論，格外重視「召喚結構」的開放性設計。<sup>7</sup>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。這一點正是何以其作能夠獲致廣大共鳴的主要關竅。

## 二、美學經濟—文化遺產的官能分析

朱大可〈抹著文化口紅游蕩文壇〉一文，則認為余氏文作的話語策略，乃在於確立具備市場價值的話語姿態、尋找大眾關注的文化母題、尋找大眾熱愛的故事模式、採取高度煽情的敘述方式，但是這畢竟只能說明「余迷余熱」的表層現象。<sup>8</sup>而且也忽視「余秋雨神話」的形成，乃在於他能充分發揮戲劇與文學的專業，成功的將文化「遺產」的底蘊，充分營造轉化為個人品牌與文化傳統行銷的「資產」。根據李仁芳對於「美學經濟」的定義：「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「體驗經濟」所揭示：

初級產品—可加工

製造產品—具有實體

<sup>6</sup> 余秋雨：《掩卷沉思》（臺北：爾雅出版社，1999年），頁115、121。

<sup>7</sup> 其一為「嵌入性召喚結構」，運用了時間倒轉、空間跳躍、境遇隨意、身份游移等預留疏空的手法；凝聚接受者一種「總體」的印象及情緒。例如〈西湖夢〉和〈蘇東坡突圍〉，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例如〈十萬進士〉和〈千年庭院〉。詳見余秋雨：《藝術創造工程》，（上海：上海文藝出版社，1987年初版），（臺北：允晨文化，1990年），頁275、284。

<sup>8</sup> 朱大可：〈抹著文化口紅游蕩文壇〉·《十作家批判書》，（陝西：師範大學出版社，1999年），頁3。

提供服務—無形的產品

展示體驗—身歷其境而難忘<sup>9</sup>

當企業界開始尋訪原始部落的神話與傳說，並將之視為「文化魔戒」的全球化競爭力的指標。如何複製美感經驗、向外輸出此一官能智慧？余秋雨的散文和蔣勳的審美教育，以及林懷民的舞作，確實是此一趨勢中的代表。尤其余氏作品深入探勘「文化人格」的系列議題，也最能滿足美學經濟中，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。<sup>10</sup>這一層次的探討，實寓有比較文化上的研究價值。

但是如果採行歷史遺產和商品化的視域，將會發現箇中潛在許多值得探索的課題。包括族群、時尚、觀光、旅行、設計等子題。這也涉及了余秋雨對於文化產銷的立場；他在 2003 年上海舉行的「首屆華人企業領袖上海峰會」中呼籲：

文化應該從輸入型變成輸出型。從工具性變成目的性。從自己享受型變成社會共享型，最後承擔真正的社會道義。<sup>11</sup>

特別是他曾感慨於歷史上的山西商人，錯失了一個文化與產銷經營結合的機會，遂無法因應時代的遞嬗。是以今日的華人企業，正肩負了文化的轉型使命，而文化界更企盼走出自我慰藉的盲點，方能波瀾自闊。採行文化遺產的官能分析法，乃將遺產視為一種觀念，而不只限於事物。<sup>12</sup>這一環節亦即「歸屬性使用的的綜合體」，更強調這一資源「無法被更新取代」；也有助於形塑社會文化的地域認同，以便支持特殊的政治結構。具體而言，所謂的遺產，正是一種「仰賴歷史為基礎的產品或商品」，也正是將文化「遺產」與文化「資產」，視為一筆意味非凡的「好

<sup>9</sup> 《商業週刊》859 期「新奢華主義」，（臺北：商周文化事業，1994 年），頁 72。

<sup>10</sup> 詹偉雄：《美學的經濟》（臺北：藍鯨出版，2005 年），頁 32、33。

<sup>11</sup> 余秋雨：〈用文化思考財富〉《遠見雜誌》「華人峰會企業使命」專題，2006 年 12 月號。

<sup>12</sup> 馮久玲《文化是好生意》，（臺北：臉譜出版）。葛藍·艾波林著，劉藍玉譯：《文化遺產》（臺北：五觀出版，2005 年）。布魯克斯·彼得森著，張小海譯《文化智商》，（臺北：良品文化，2005 年）。花建等著《文化魔戒—文化競爭力的奧秘》（臺北：帝國文化，2005 年）。

生意」。進一步也觸及了文化智商，以及文化產業的敘事理論與文化戰略。<sup>13</sup>此一信念余氏認為正是文藝復興前夕，義大利佛羅倫斯的美第奇（Medici）家族，何以結合財富、權力與審美鑒賞，資助了文藝復興運動的開展與宏大，久為世人歌頌。反而中國的山西商人，徒有敵國的財富，卻因為錯失了人文基座的覺醒，遂不能開出相輔相成的歷史積業。<sup>14</sup>

如此一來，對於處理余秋雨現象中，諸多與學院性格衝突的環節，我們要如何持平看待？才能將文化的薪傳有效播揚，方不致於過度耗損，以免重蹈歷史的窘態。例如余氏主動結合傳媒與城市講座，包括上海、深圳以及湖南岳麓書院系列，觸犯許多學界禁區引發譴責。繼而余氏一意將諸多批評文字與盜版文化結合批判，引起大規模的反彈，更有文革時期的「懺悔爭議」，為余氏始料未及。<sup>15</sup>他的迴應心態可以《霜冷長河》為代表，對於前述的爭議，反映出種種判斷失誤與過度矯情的態度，值得深入剖析箇中文化行為以及余氏思維慣性的緣由。但是也不能忽略余秋雨「文化書寫模式」，對於文化遺產的觀念，如何轉型為「現在進行式」的召喚結構。誠如國際間正致力於以「家園」（country）的概念，將文化與自然以及原住民遺產，緊密合一。有助於加深個人與群體與過去經歷的精神連結、心電感應。不僅是因應世界人類文化遺產的趨勢，也是由地方文化到全球化的必然基礎。本文即以文化資產與自然資產的內涵評定標準，以及美學經濟的產銷體驗觀點，針對余秋雨「文化書寫模式」中的利弊得失，重新加以衡定。

相對於大陸學界與傳媒的「酷評」爭議，台灣企業界對於余秋雨現象的看法似乎較具有寬容的視野。特別是榮膺「超越國界的跨國公司」令譽的趨勢科技，更與《天下雜誌》合作，推出【文化趨勢】系列出版與文化活動，乃以余秋雨、白先勇以及蔣勳等人的著述講演為主軸，在全國各地推出一系列的週邊活動，企圖鼓盪「文化時尚」。趨勢科技的文化長陳怡蓁女士，乃以「井水與汪洋」為喻，試圖將企業界與文化界的匯流，視為「創造型的文化新趨勢」。<sup>16</sup>可以提供學界

<sup>13</sup> 主要意見參見葛藍·艾波林著，劉藍玉譯：《文化遺產》，（臺北：五觀出版，2005年）；花建等著《文化魔戒－文化競爭力的奧秘》（臺北：帝國文化，2005年）；布魯克斯·彼得森著，張小海譯《文化智商》，（臺北：良品文化，2005年）。

<sup>14</sup> 余秋雨：《傾聽秋雨》（臺北：天下文化，2005年），頁9、11。

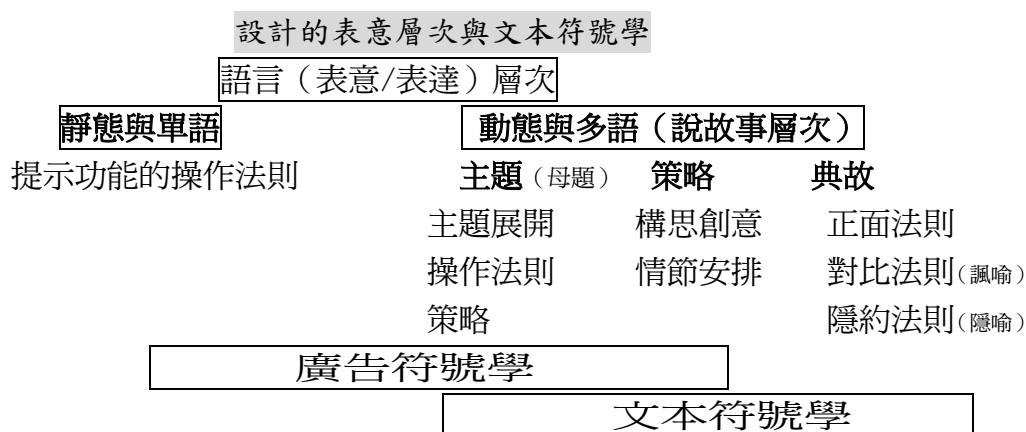
<sup>15</sup> 詳見古遠清：《咬嚼余秋雨》（臺北：雲龍出版，2005年）一書論其始末。

<sup>16</sup> 陳怡蓁：〈井水與汪洋－企業界與文化界的匯流〉收錄於余秋雨《傾聽秋雨》（臺北：天下文

正視其中潛在的文化意向。

### 三、文化理論的符碼論與美學層次的剖析

這一整體意向的探勘，即針對設計表意層次與文本符號學的剖析，關注於文化書寫中「說故事層次」的策略，以及典故運用法則分析，進一步將「文化」由符碼、語言的屬性，納入整體系統的觀點，以具備如下的層級隸屬關係：<sup>17</sup>



希望透過此一層次的展開，具體分析余氏敘述模式的底蘊。特別是攸關文化符碼的「擷取」，以及「編碼/解碼」，進而探索「隱藏文本」在整體結構中的寓意。如此一來作者所採行說服的策略，勢必成為剖析余秋雨現象的重要環節。就目前筆者掌握的脈絡，以敬文東在〈圓形敘述的黃昏：余秋雨論〉一文指出最為重要，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。<sup>18</sup>

化出版，2005年），頁1-3。

<sup>17</sup> 楊裕富：《設計的文化基礎》亞太出版，頁172、180。

<sup>18</sup> 在余氏大量的山水隨筆與文化隨筆兩大類作品中，顯然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」。由隨筆的「起股」部份，即能預期文末的總結，又是回歸原初之於文化人格如何健全的焦慮，形成矯情式的移情作用。參見敬文東〈圓形敘述的黃昏：余秋雨論〉，《首都師範大學學報（社會科學版）》，2001年第3期，頁71。

學界一般最為不能忍受的，主要著眼於「文革經歷」與「文學成就」兩者的關係，亦即四人幫時期余秋雨參與上海「石一歌」寫作組事件，咸認為足以用來檢驗余氏揭示的「健全的文化人格」命題，在他個人的具體實踐上是否完備？甚至於「文化人格」的論點，是否能與現下余氏置身傳播、學界、文壇、企業、產業等多重身份的具體成就取得一致？如果無法取得協調，是否此一命題勢將淪為余氏「製造個人神話」的夢囈？<sup>19</sup>

針對文化研究的角度而言，「文化」的概念對余秋雨而言，他採行不斷擴展他的意義、甚至於與我們的日常生活成為「同義語」。將古、今、中、外既定的時空框架並置，如此一來，以便於闡述許多特殊文化事件，以及生活型態的意義與價值。將「自我」與異己的「他者」之間的意識型態，予以重新的貞定。此一特點，也符合他在一系列旅行文本中，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，如何避免落入文化研究中，普遍詬病「他者再現」的問題。並且試圖召喚這些已然是分離外化的他者，進而疏通這些意識型態是否也是主體的一部份？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。

透過意識型態理論的分析，有助於鑑別我們對於社會與歷史、以及整體文化生活觀，是如何「建構」與「塑造」？更積極從外部構築了我們的「本質」和「自我」，亦即阿圖塞所謂的「主體性」(subjectivity)。顯然此一主體乃由意識型態所規定的歷史型態，並且迎合特定的主體位置，接受「召喚」。並且由各種文本的論述與符碼的作用，型塑為一夸飾後的「自我」。<sup>20</sup>在此一特定視野下，審視關於性別、種族和文化身份的探索，即可在余秋雨《借我一生》的最新著作中，「從

<sup>19</sup> 余秋雨的文化書寫，始終簇集於倫理學色彩的「文化人格」之構建焦慮，此一周而復始的巨大召喚，促成了「站在終點上對健全人格的焦慮，比出發時顯得更多了。」的慣性。張育仁認為余式文體的盲點乃濫觴於「石一歌」時期「三段式的八股」，具有文革時風行的霸權話語。敬文東亦認為二十世紀文學所謂的「大詞」迷思，對於音量高亢、充滿毋庸置疑的堅定語勢、以及對大事物的熱愛，遂有動輒將問題上升為「民族」高度進行煽情與矯情的敘述。這一方面攸關於余式文風的形上色彩與意識形態的分析，有著一種「不需要論證」的霸道和獨斷，例如他在敘事主軸中經常強調的集體性記憶與集體潛意識，往往以大排比的手法呈現，諸如他的《胡適傳》、〈莫高窟〉、〈蘇東坡突圍〉等作。參見敬文東：〈圓形敘述的黃昏：余秋雨論〉，《首都師範大學學報（社會科學版）》2001年第3期，頁71。

<sup>20</sup> 羅鋼主編《文化研究讀本》（中國社會科學出版，2000年），頁12、13。



廢墟到廢墟」一章，明確歸納這一深層集體意識的整體架局：

「中國文化與社會災難主題」

- (1) 藉清初與清末的民族主義激情，討論思維的災難。
- (2) 藉東北的流放者，討論文化的生存災難。
- (3) 藉渤海國的興亡，討論社會災難與群體生命的關係。
- (4) 藉蘇東坡的遭遇，討論社會災難與個體人格的關係。
- (5) 藉嶽麓書院，討論文化如何救助愚昧的災難。
- (6) 藉山西商人，討論文化如何救助貧窮的災難。

「中國文化的精神歸宿主題」

- (1) 藉由故鄉餘姚文化，討論狹義的精神家園。
- (2) 藉海南島，討論廣義的精神家園。
- (3) 藉科舉制度，討論精神家園在官場與世俗化的變異型態。
- (4) 藉魏晉名士，討論精神家園在反官場反世俗方面的固守。
- (5) 最終更以「小人」的文化研究(《山居筆記》的「歷史的暗角」一文)，疏通上述兩大主題，揭示：缺少精神歸宿，正是造成各種社會災難的主因，因此最大的災難是小人災難，最大的廢墟是「人格廢墟」。

在此也涉及了文化研究領域中「文化主義式」與「結構主義式」的兩種文化論述的範式。<sup>21</sup>前者著重於經驗領域的基礎意識與輔助條件，在其中相互交叉；並且將意識形式和文化，定義為集體性的論述。然而後者，反倒是認為經驗不能視為任何事物的基礎，因為人們只能通過文化範疇等系列框架之中，進行具體生活，並且體驗自身的生存條件；「經驗」這一環，只能視為結果。並且強調意識型態作為一套有機的「再現」體系，並強加於大多數人。在此一意義上，「經驗」被構造出來，不是作為對現實的反映，而是作為想像性的關係。

上述的探討牽涉到余秋雨文學思想的「基源問題」：

<sup>21</sup> 羅鋼主編：《文化研究讀本》（中國社會科學出版，2000年），頁60、61。

如何塑造健全的文化人格？

亦即是理想的文化人格的黃金比例應該為何？<sup>22</sup>對於余秋雨而言，所謂的人格，乃由吾人一生的現實遭遇以及實踐行為塑造而成。由個體「我」的自問與反思，進而演變為「我們」的集體思索。〈流放者的土地〉文中即指出，憑藉著文化人格相互吸引，進而形成文化聚落，以求得靈魂的安定與回歸。如此一來，數千年的龐大文史資料，通過余式的「文化書寫」，形成了「有用知識」的傳習與傳播<sup>23</sup>，不再是局限於課本、考試、學術，或者旅行書上扁平的概念。而是與人生況味與人格修養密切接榫，便於輕鬆閱讀獲得啟發，於焉一系列攸關中國山水、建築、行旅、官場、庶民、兩性、戲劇、文學、思想、宗教、藝術、政治、經濟等課題，在余氏苦心參究下以「東方主義」式的意識型態，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。<sup>24</sup>

余秋雨擅場於設計的表意層次與文本符號學的演繹，並運作了大量的戲劇性細節的描述，讓讀者在他所扮演的「文化中介者」嚮導之下<sup>25</sup>，將中國文化的知識面加以含納馴服，經由他個人東方主義式的過濾分類，陳列為文化人格標本，持續評論編纂特有的拒諫話語。歷經他多年的苦心孤詣，遂將形成的「文化擬像」，通過各色傳媒不斷複製給現代消費者閱覽。於焉文化書寫成為「文化事業」，不僅學者可以重新建構文化的消費性論述，而且可以通過此一歷程重建自我。<sup>26</sup>

余氏面對中國文化的梳理，大體上尚能保持將「自我」與異己的「他者」之間的意識型態，予以同理心的對待。但是顯然在《千年一歎》、《借我一生》、《行者無疆》等書中，對於華人以外的世界觀，即無法保持此一基調，倍顯焦慮與急促不安，批評與詮釋呈現出極大的落差，這一環節，則有賴於後續研究的視野。

<sup>22</sup> 參見陳旻志：〈文化人格的鍊金術——余秋雨散文與榮格、黃宗義學說的比較文化研究〉，《國文學報》第37期，（臺北：國立台灣師範大學國文系，2005年），頁165。

<sup>23</sup> 薩依德著，王志弘等譯：《東方主義》（臺北：立緒文化出版，2002年），頁232。

<sup>24</sup> 薩依德著，王志弘等譯：《東方主義》（臺北：立緒文化出版，2002年），頁239。

<sup>25</sup> 在東方主義的論述中，文化的中介者，同時具有詮釋者與發言人的角色，並且有計畫的將東方擬像與複製，以便於西方人的使用；透過分類與轉換，建構成所謂「東方學」專家。參見薩依德著，王志弘等譯：《東方主義》（臺北：立緒文化出版，2002年），頁239、240。

<sup>26</sup> 薩依德著，王志弘等譯：《東方主義》（臺北：立緒文化出版，2002年），頁239、240。

#### 四、文化書寫與「多角反饋」的劇場效應

余秋雨的走紅，乃奠基在行旅歷程的文史況味（苦旅），讀者們也在他的引領中，如實的跨越了歷史上古、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徹防。旅行中的獨立思考，無疑是修正了吾人人格的尺度與視域。審顧余氏《文化苦旅》以迄《行者無疆》系列旅行諸作，可以說包括了「心中之旅」、「中國之旅」、「非亞之旅」、「歐洲之旅」等系列文化書寫的跨度。<sup>27</sup>

然而十分弔詭的現象，由「余秋雨熱」到「余秋雨現象」的十餘年間，無論是媒體的吹捧炒作，到評論界針對他在大陸文革期間的立場、以及作品中顯見的種種常識性與史實的失誤，提出大規模批評的棒喝。余氏本人置身於多重攻擊的態勢下，在寫定《借我一生》此部記憶文學之後，已有封筆的打算，儼然形成了「多角反饋」的劇場效應與觀眾心理學的課題。<sup>28</sup>「反饋」一語又稱為「回授」，本為心理學上關於人類反射機制產生的反應，以及形成反應回路的連接。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。<sup>29</sup>余秋雨十分重視這一接受與召喚的關鍵，認為這正是觸發集體心理體驗的機緣，是戲劇與儀式之間同源相通的部分。此間的差異，他即指出一般的電影與電視，只能視為「罐頭戲劇」，缺乏直接與現場反饋的機制。然而戲劇演出卻可以運用「伸出型舞台」、「中心舞台」與「可變舞台」等各種簇新的格局，走出傳統「鏡框式舞台」的觀眾單一視點局限，走向舞台共享空間，讓觀眾的被動狀態轉向為集體參與儀式、慶典與歡會的共同演出。大大縮短與舞台的距離，形成所謂「立體的戲劇」。<sup>30</sup>

如斯匠心的佈局之下，他認為將開展為多向度的反饋關係：<sup>31</sup>

<sup>27</sup> 中國大陸的希望出版社，依據余秋雨《文化苦旅》以迄《行者無疆》系列旅行諸作，改編為此「跟隨余秋雨的腳步」四大主題圖文叢編（廣州，希望出版社，2004年）。

<sup>28</sup> 余秋雨：《觀眾心理學》（臺北：天下文化出版，2006年），頁80。

<sup>29</sup> 余秋雨：《觀眾心理學》（臺北：天下文化出版，2006年），頁67、69。

<sup>30</sup> 余秋雨：《觀眾心理學》（臺北：天下文化出版，2006年），頁75、76。

<sup>31</sup> 余秋雨：《觀眾心理學》（臺北：天下文化出版，2006年），頁80、99、102。

- (1) 演員與觀眾—形成主動自覺的心理過程
- (2) 演員與演員之間—形成相互直接呼應的途徑
- (3) 觀眾與觀眾之間—形成相互感染與干擾的集體感受
- (4) 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

這一組環環相扣的模式，他致力於探討「接受與被接受之間，必需有一種方式和程式」。無奈在長達十餘年間，許多人與余秋雨本人幾番由「編戲」、「看戲」到「入戲」以致於「太過入戲」的糾葛，造成了原本命意甚佳的「文化苦旅」，跌宕頓挫為聚訟未決的「法律苦旅」，這一多重向度的反饋效應，恐怕是余式始料未及。他即表露，在《千年一歎》、《行者無疆》二書針對中西文化的深層反省之後，一方面不忍家人與學生受此連累，再者堅稱「記憶文學」的主觀具體，以及真實的藝術素質結構，作為個人全然可信的記憶載體，並持續聲稱，個人在文革期間俯仰無愧的立場；終了仍不得不採行「文人封筆」此一沉慟無言的抗議，堅持自己在人格和文格上的本質。他深信多年以後，大家終究會知道他是一個非常善良的人，未曾傷害與招惹他人，「一個在荒漠地區拼命行走的人」，是他之於人生整體志業的定位。

有鑑於此，關於整體「余秋雨現象」的聚訟，筆者認為主要有如下的分歧，有待具體疏導：<sup>32</sup>

- (1) 四人幫時期，「文革經歷」真相解密的爭議。
- (2) 文史差錯的爭議處理失當，形成體檢文本結構的致命傷。
- (3) 由轉型期時代語境的未濟失調，反思文化散文現階段的因應之道。
- (4) 歸納文本中潛在的敘述模式，剖析文化散文既存的意識型態。

余秋雨面對這些質疑，表現出一味拒諫，甚至於矯情反擊的轉折歷程，十分耐人尋味。這一矯情而悖反常理的邏輯，表現在如下的兩大環節：

<sup>32</sup> 參見陳旻志：〈文化人格的鍊金術——余秋雨散文與榮格、黃宗羲學說的比較文化研究〉，《國文學報》第37期，（臺北：國立台灣師範大學國文系，2005年）。

(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，反映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。

一位在書市與讀者心中，盤據多年的神話推手，卻又成為被學界排擠孤立的「他者」，本文認為涉及了歷史敘事解釋權的爭衡問題。特別是金文明在《石破天驚逗秋雨》一書<sup>33</sup>，即全盤指出其中顯見的文史差錯，竟高達一百三十餘處。金文的指正，大多期望余氏針對問題回應，奈何余秋雨無視於這些常識性錯誤的「硬傷」，反而表現出一意「拒諫」的態度。<sup>34</sup>筆者運用余氏個人文學思想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。」也正是由故鄉餘姚文化為起始，揆諸整體的浙東之學（由黃宗羲到余秋雨），我們可以對照出在「文」與「道」，以及「人」與「道」的契屬以及形著關係，黃宗羲與余秋雨兩人的文學視域彼此攸關，實奠基在浙東一域，本已具備而潛存的思維及敘事理則，即潛在深層，並且生成若性的人群與自然環境性格。余秋雨的頑抗拒諫、以及文化人格原型，說穿了正是與這股群體氛圍密切攸關。<sup>35</sup>

繼而伴隨著個人的履歷遞嬗，轉化為一個典型的上海人格。並且也在面對各

<sup>33</sup> 金文明：《石破天驚逗秋雨》，（台北：遠景出版社，2003年）。

<sup>34</sup> 榮格所謂的「原型」，乃意圖掘發吾人想像、思想或行為上，與生俱來的潛在模式。而余氏在《藝術創造工程》一書，則進行修正榮格的「原型」說，改為「歷程」論。參見陳旻志：〈文化人格的鍊金術—余秋雨散文與榮格、黃宗羲學說的比較文化研究〉，《國文學報》第37期，（臺北：國立台灣師範大學國文系，2005年），頁172、173。

<sup>35</sup> 參見陳旻志：〈文化人格的原型論——黃宗羲與余秋雨的文學思想溯源〉，《傳播、交流與融合——明代文學、思想與宗教國際學術研討會論文集》，（臺北：新文豐出版社，2005年），頁351。

界撻伐時，表現出兩難而極端的矯情心態。〈鄉關何處〉、〈上海人〉、〈行腳深深〉等文中，既是批判上海人的「現代閉塞性格」，卻又標舉上海人面對質疑時，拒諫而傲慢的特點。例如一意出走，試圖刷新上海人與世人視聽的探險家余純順，獨身徒步跋涉八年，遂在羅布泊倒下。其人的執拗一如上述拒諫的心態，咸信只要拉開相當的時間與空間，即能證明自己的真理。這也是余秋雨先前公開發表「余秋雨教授敬告全國讀者」書，將這些忠實反映的文史修正意見，與一般盜版者混為一談，堅稱自己拒絕接受的反射動作。《掩卷沉思》一書中更認為，這是為「記憶性文化族群」壓抑「創造性文化族群」的超穩定機制。

就文化書寫的「說故事層次」策略，以及典故運用的法則分析而言，余秋雨將文史典故加以馴化為己所用，只能說符合觀眾的期待「再現」與化約；<sup>36</sup>一如比較《三國演義》與《三國志》的差異，對於小說中孔明「空城計」的情節誠然令人擊節，也不能信以為真。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」(the Orient)，其實就是把整個東邊的世界侷限起來的一個「舞台」。如同戲劇家將他特有感知的歷史文化背景，寫入劇本，著重於以豐富的布景與景深層次，以及手握一大套引人入勝的劇目，即可將讀者觀眾帶入奇詭豐富的世界。這一手法對於熟諳戲劇學背景的余秋雨而言，正是恰如其分游刃有餘，同時文革時期「石一歌」寫作班的歷鍊下，慣於以大詞、聖詞塑造的文化「映像」(image)，乃以「文化人格」的命題，再現了一個非常龐大的文化書寫實體，<sup>37</sup>儼然樹立一家之言，大大滿足了讀者與書市的期待。

然而過度再現的結果往往失真失實，遂有論者指出「由苦思苦想到苦作，就異化為對中國文化的圖解和演繹的過程」，不免有近乎蕪雜的鋪排與生硬的聯想，「中國文化」這個高遠的書寫目標，也就淪為引伸過度或者史料的翻版，僅能視之為華麗的堆砌。<sup>38</sup>一如前述的東方主義，不只形成西方指涉與再現的產物，更帶有「強制規訓」意義的轉化。<sup>39</sup>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；一如東方

<sup>36</sup> 薩依德著，王志弘等譯：《東方主義》(臺北：立緒文化出版，2002年)，頁84、88。

<sup>37</sup> 薩依德著，王志弘等譯：《東方主義》(臺北：立緒文化出版，2002年)，頁93。

<sup>38</sup> 古遠清：《咬嚼余秋雨》(臺北：雲龍出版，2005年)，頁57。

<sup>39</sup> 薩依德著，王志弘等譯：《東方主義》(臺北：立緒文化出版，2002年)，頁95。

主義者，將東方簡化為必需「不斷模仿西方」的落後國家。在此視域之下，阿拉伯人、伊斯蘭信徒、印度人、中國人都必需仰賴這一絕對的模式，以滿足歐洲人的優越感。如斯簡化與極端的「自戀心態」下，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。孰為「正統」？孰為「異端」？的聚訟，正是任何文化化約論不能豁免的結果。這也正是余氏「神話」階段的完成，以及拒諫心態的根據，遂與學術訓練的文化論述，形成隔空叫陣，繼而又有大規模文史「硬傷」逐一揭露的窘態。

縱觀余秋雨的散文敘事理則，乃以「如何塑造健全的文化人格？」作為文學思想的基源問題；對於探索文化人格的黃金比例，他主張由表層的戲劇情節氛圍，轉入深層次的集體文化人格探索。試圖疏通潛意識的河床，並有效印證他個人在文化人類學上的體認。無論是他的作品或是作者個人的處境，對於文化研究中，「自我」與「他者」之間辯證的視角，以及「文化主義式」與「結構主義式」的兩種文化模式的探索，勢必提供更為全面的論述場域。

進一步回到文化產業的角度而言，余秋雨誠如前述的主張：「文化應該從輸入型變成輸出型。從工具性變成目的性。從自己享受型變成社會共享型，最後承擔真正的社會道義。」如何為其作一合理的定位？才能正視此一文學現象所引發的人文縱深。筆者認為應將其人界定在「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。<sup>40</sup>

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。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。甚至於跨足企業界，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」<sup>41</sup>與「文化產業」的趨勢，最為醒目的代言。

## 五、結語

「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「爭取信任的認同型故事」，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。

此點也是他在《余秋雨·台灣演講》一書中呼籲的「無傷害原則」以及「何處大寧靜」等主張。認為許多的文化論爭一旦進入「人格禁區」，彼此折騰就不再可能回到學理方面的討論。「文化人由於深知至痛之所在，恰恰總是在人格上互相傷害」。其結果就是互相抵消、一無所成。試看歷來文字獄、五四運動、文革的代價，造成的智能浪費、文明自貶對於文化成果的斲喪，以及兩敗俱傷的文化傷員，不言可喻。藉此對晤歷史的積澱，唯有心態寧靜，方能進入高敏感狀態

<sup>40</sup> David Hesmondhalgh 著，廖珮君譯：《文化產業》，（臺北：韋伯文化，2006年），頁58、59。

<sup>41</sup> 「文化智商」乃針對語言、空間、內心情感、人際關係等方面的行為模式，處理攸關階級、間接、群體、任務與風險等文化尺規的能力。參見廖珮君譯：《文化智商》（臺北：良品文化，2006年）。



「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。

審視長達十載的余秋雨現象，不難發現「文革」的陰霾，依舊盤桓於他與眾多的論爭之間，形塑他一慣排拒而矛盾的心理防衛機制。這些糾葛的現象，正是本文竭誠呼籲，結合跨學科與不同業界的觀察，並且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。

## 主要參考書目

- 《余秋雨·臺灣演講》，余秋雨著，臺北：爾雅出版社，1998 年
- 《傾聽秋雨》，余秋雨著，臺北：天下文化，2005 年
- 《藝術創造工程》，余秋雨著，臺北：允晨文化，1990 年
- 《觀眾心理學》，余秋雨著，臺北：天下文化出版，2006 年
- 《咬嚼余秋雨》，古遠清著，臺北：雲龍出版，2005 年
- 《美學的經濟》，詹偉雄著，臺北：藍鯨出版，2005 年
- 《文化是好生意》，馮久玲著，臺北：臉譜出版。
- 《文化遺產》，葛藍·艾波林著，劉藍玉譯，臺北：五觀出版，2005 年
- 《文化智商》，布魯克斯·彼得森著，張小海譯，臺北：良品文化，2005 年
- 《文化魔戒——文化競爭力的奧秘》，花建等著，臺北：帝國文化，2005 年
- 《文化研究讀本》，羅鋼主編，中國社會科學出版，2000 年
- 《東方主義》，薩依德著，王志弘等譯，臺北：立緒文化出版，2002 年
- 《文化產業》，David Hesmondhalgh 著，廖珮君譯，臺北：韋伯文化，2006 年
- 《設計的文化基礎》，楊裕富著，臺北：亞太出版，2002 年
- 〈圓形敘述的黃昏：余秋雨論〉，敬文東著，北京：《首都師範大學學報（社會科學版）》，2001 年
- 〈抹著文化口紅游蕩文壇〉，朱大可著，《十作家批判書》，西安：師範大學出版社，1999 年
- 〈第五型社會來臨，有夢才有未來〉，天下雜誌書摘，《天下雜誌》6 月號，2004 年
- 《商業週刊》859 期「新奢華主義」，臺北：商周文化事業，1994 年
- 〈井水與汪洋——企業界與文化界的匯流〉，陳怡蓁著，收錄於余秋雨《傾聽秋雨》臺北：天下文化出版，2005 年
- 〈文化人格的鍊金術——余秋雨散文與榮格、黃宗羲學說的比較文化研究〉，陳旻志著，《國文學報》第 37 期，臺北：國立台灣師範大學國文系，2005 年
- 〈文化人格的原型論——黃宗羲與余秋雨文學思想之溯源〉，陳旻志著，《傳播、交流與融合——明代文學、思想與宗教國際學術研討會論文集》，臺北：新文豐出版公司，2005 年

# The Esthetic Economy and the Multi-feedback Theater Effects

## The Cultural Writing Studies and Position of Yu Qiuyu's Prose

Chen, Min-Chih<sup>\*</sup>

### [Abstract]

Yu Qiuyu's prose narration has given rise to a wave of cultural writings. His prose revealed the idea that both history and life are the result of "bifold structure of firing crockery" (兩重窯變觀). Yu is good at creating his personal and marketing legends by combining rarely-known historical materials and theories with the techniques of drama and mass media. As a whole, this results from his familiar techniques of narration marketing and performance vending.

In terms of reader response, Yu focuses on the idea of "invocation structure" in his works, and this focus matches the awakening and touching of this visionary, legendary and aesthetic economy era. However, during the decade of the movement from "Yu Qiuyu Fervor" to "Yu Qiuyu Phenomenon", Yu has received criticisms while the mass media reported his works, critics commented on his stance during the Cultural Revolution, and his works are found to be defective with mistakes of common sense and historical facts. Facing these criticisms, Yu were not willing to take them and even attempted to fightback. In my opinion the archetype of Yu's literary psychology is related to East-Chekiang (浙東) tradition represented by Huang Zuengxi (黃宗羲) as well as the modern Shanghai citizen personality. This procedure is the formation of the entire personality, and underlying psyche mechanism and narrative model are involved.

In his cultural prose narration, as well as in the fundamental literary argument "how to construct an intact cultural personality", Yu asserts the process from the surface layer of drama plot aura to the deeper layer of exploring collective cultural personality, in the effort to prove his understanding on cultural anthropology in terms of unconsciousness. In terms of Yu himself and his works, the dialectic of "self" and "other" provides a full-scale arena of discussion in the cultural discussion.

This project is to give more thoughts on "Yu Qiuyu Phenomenon" by focusing on how Yu's "cultural prose" narration becomes the typical case of narration marketing by combining prose, novel, drama, biography and common science. The new style of "memory literature" is addressed while the

---

<sup>\*</sup> Assistant Professor, Department of Literature, Nanhua University.

literary circle is discussing his works. In terms of industry, cultural heritage is transformed to be cultural asset, to keep Yu's personal myth going on. This manifests the contemporary "cultural IQ" and "cultural industry" trend, and this will be a good reference to today's studies of Yu Qiuyu Phenomenon.

**Keywords:** cultural industry , cultural personality, Yu Qiuyu, cultural studies, The Economy of Aesthetics