



从“有话好好说”到“叶文有话要说”，叶文这个名字日渐被黑龙江的广播听众所熟悉。从的士到公交车，从居民小区到街头仓买，叶文洪亮又略带沙哑的声音吸引着越来越多人的注意力。据说，这一以“谈情感，聊婚姻，说生活”为主题的电话聊天节目的收听率为黑龙江广播电台中之最高。这样，叶文逐渐成为家喻户晓的主持明星，广播台获得丰厚的广告收入，听众获得了知识或娱乐方面的信息，而节目参与者——主要是那些遭遇婚恋问题的女性——则或获得耐心的开导、温柔的抚慰、细致的建议，或遭受道德重压甚至被骂个狗血喷头——叶文正是以这种“谩骂式说教”或“说教式谩骂”而著称。

不管与“叶文热”有关的不同人获得何种东西，“叶文热”已经不是一个偶然的現象，在电视大行其传媒强势的情形下，“叶文热”不能不说是一个小小的奇迹，而社会生活中婚恋问题的存在无疑为这一奇迹的创造提供了广阔市场。从表面上看，这很符合市场的供求规律：遭遇婚恋问题者有解惑之需求，媒体有解惑之供应能力；或相反，媒体有制造收听率甚至利润率的动机，婚恋中人及普通听众则有参与的欲求或兴趣。我们已经很难分辨出是婚恋问题的大量存在催生出“叶文有话要说”，还是“叶文有话要说”在各种动机推动下使婚恋问题在一定程度上为普通老百姓所知晓，并吸引了诸多当事人与旁观者的收听和参与。

为了使问题更为明晰，我们可以析出一个媒介权力与弱势群体关系问题。

多次收听“叶文有话要说”，发现其特点有几方面。一是主持人风格独特：声音洪亮，轻憨中带有磁性，语言表达不卑不亢、条理清晰，其最大特点是对婚恋问题中过错方的批评斥责之声异常激烈，如“羞耻”、“无耻”、“管不住裤腰带”、“管不住下半身”，等等。其二，节目中求助者多为遭遇配偶或恋人背叛者，且女性为大多数，在一定程度上她们是“弱势群体”。其三，叶文充当权威、专家的角色，为所有求助者出谋划策。其四，电台及主持人掌握着“话语权”，即可以随机打断听众的言辩，或者斥责其观点，或迫使其沉默，或干脆单方挂掉电话。

“叶文热”固然有其原因，但一个事物一旦“热”起来，往往便具有“迷惑”的效果（如时尚），因此，越“热”的东西，往往越需要我们对之加以思考。我们需要质疑的是：面对纷繁复杂的婚恋问题，叶文的权威角色何以胜任？对于求助者的困惑和表达观点的权利何以不时被

演播室一方单向操控？为什么有过错者一定要被斥责甚至侮辱而不是被当成救助的对象？节目对自身解决问题能力的有限性没有明确的宣称，因而以全知全能的角色助长了求助者的幻想和无助，这是不是一种媒介欺骗？

很明显，在对话的双方中，权力关系是失衡的。以主持人叶文为代表的媒体是强势一方，而打入电话的求助者为弱势的一方。前者之强表现在有控制电话接入与切断的权力，表达观点却决绝对方观点的权力，利用自身知识与专业优势“激扬文字”的权力；相反，后者的弱势则表现在通话时间被控制，表达观点被回绝，不同意见遭驳斥甚至切断。在强弱对比中，最明显的是主持人的角色被无限放大，以至于成为全知全能者；而求助者则显得弱小、无助、单薄。这样，本来就成为婚恋问题中的弱势者，在媒体的加工之下，显露出（被建构出）十足的弱势形象，或者说弱势者的再弱化。因此，作为受困于婚恋问题的弱势者的女性遭遇再弱势化的过程。而广大听众则见证了这一过程，但可能对其中的强弱对比浑然不知。

换言之，媒体对女性的再弱化过程实属法国社会学家布迪厄所讲的“符号暴力”，这是一种支配者施于被支配者身上的暴力，被支配者可能对此无察无觉，反而认可了这种暴力的支配，而与弱势者同处一端的普通听众无疑也成为被支配者，他们有意无意地被单向灌输进媒体的信息和价值，而相反的过程却不存在。因此，表面上的弱势群体求助过程也掺杂了对弱势群体的标签化甚至污名化建构。而弱势群体本身却几乎没有表达的机会与权力，更奢谈对媒体势力的反抗。

在米歇尔·福柯的意义上，现代媒介传播乃一种权力控制技术。不同的是，福柯的“全景敞视监狱”是少数人监控多数人：监狱管理者位居圆形监狱的中央塔，而四周的犯人的一举一动则尽收眼底。而在“叶文有话要说”中，广播台的监控则是多数人对少数人，即广播台代表大众监控少数参与其中的求助者，媒介及听众的声音远强于作为个体的求助者的声音。弱势者或弱势群体的“强势”使其很容易被利用以达到各种政治、经济目的。换言之，弱者成为强者的武器。

一般认为，婚恋问题中的女性往往成为弱势的一方，这既与女性生理特征有关，又与社会赋予女性的角色和女性的自我认同有关。柔弱的体力、阴柔的性格、母爱的天性、道德的压力、就业的歧视等因素往往使婚恋问题中的女性背负沉重的心理负担和社会压力。而当前的社会生活中，离婚率不断增长且不必言，婚外情、三角恋、包二奶（据说还有“包二爷”？）等问题甚至泛滥到人们见怪不怪的程度，人们通过影视剧、报刊杂志、互联网上可以获知大量与此相关的信息。正因为如此，广播电视剧利用婚恋市场中的“商机”办了诸多情感沟通类节目。“叶文有话要说”即是其中一类。

对于这种情感沟通类节目，主持人应保持中立的态度，打进电话者不管有无过错，不管在道德上处于优势还是劣势，他们都是遭遇婚恋之感/之痛的求助者，他们所表达的观点、提出的问题或许并非简单的对错两分判断可以涵盖。况且，打进电话者本是节目得以进行的贡献者，要求起码的礼遇似乎并不过分。如果主持人表达强烈的个人好恶和价值

偏好，甚至不惜利用媒介权力恶语相袭，则既有失职业道德，又有损受众的情感。奚落与谩骂吸引了听众的耳朵，提高了收听率，却有悖于责任之维：解惑援助之初衷。

事实上，诸如“叶文有话要说”类的情感谈话与救助节目并没有很好地贯彻“救助”之宗旨，却很可能被“收视/听率”、“广告费”所驱使，而求助者反倒成为媒体谋取利益的手段。公共媒体的根本职责是传递积极的信息与价值，管不了太多的事情，也解决不了太多的业外问题。“叶文热”凸显了媒体自我夸张的弊病，也从另一个角度反映了社会救助机构的不健全。如果有足够的妇女救助机构及其良好的运作，“叶文有话要说”中打来电话的女性朋友的问题可能得到更有针对性的、专业性的解决。

社会救助需要数量甚多的有组织机构，而非一个电台主持人所能胜任，如果主持人仅凭一己之知识、阅历与经验对求助者指手划脚，非但不能提供行之有效的帮助，反而可能误导求助者甚至加深其无助的处境。不恰当的帮助甚至比不帮助更坏。当然，我们并不否认媒体在社会生活中的重要性，对于很多社会问题媒体的介入和参与十分重要，但并非无所不能。一旦媒体夸大自身的功能，便往往陷入公共责任之外的利益泥沼，甚至黄钟之音微弱，瓦缶之声杂鸣，反而有损其承担公共责任的形象。

作者系吉林大学社会学系2005级博士研究生

弱势群体的再弱化

——黑龙江“叶文热”的思考

王建民

从“有话好好说”到“叶文有话要说”，叶文这个名字日渐被黑龙江的广播听众所熟悉。从的士到公交车，从居民小区到街头仓买，叶文洪亮又略带沙哑的声音吸引着越来越多人的注意力。据说，这一以“谈情感，聊婚姻，说生活”为主题的电话聊天节目的收听率为黑龙江广播电台中之最高。这样，叶文逐渐成为家喻户晓的主持明星，广播台获得丰厚的广告收入，听众获得了知识或娱乐方面的信息，而节目参与者——主要是那些遭遇婚恋问题的女性——则或获得耐心的开导、温柔的抚慰、细致的建议，或遭受道德重压甚至被骂个狗血喷头——叶文正是以这种“谩骂式说教”或“说教式谩骂”而著称。

不管与“叶文热”有关的不同人获得何种东西，“叶文热”已经不是一个偶然的現象，在电视大行其传媒强势的情形下，“叶文热”不能不说是一个小小的奇迹，而社会生活中婚恋问题的存在无疑为这一奇迹的创造提供了广阔市场。从表面上看，这很符合市场的供求规律：遭遇婚恋问题者有解惑之需求，媒体有解惑之供应能力；或相反，媒体有制造收听率甚至利润率的动机，婚恋中人及普通听众则有参与的欲求或兴趣。我们已经很难分辨出是婚恋问题的大量存在催生出“叶文有话要说”，还是“叶文有话要说”在各种动机推动下使婚恋问题在一定程度

上为普通老百姓所知晓，并吸引了诸多当事人与旁观者的收听和参与。

为了使问题更为明晰，我们可以析出一个媒介权力与弱势群体关系问题。

多次收听“叶文有话要说”，发现其特点有几方面。一是主持人风格独特：声音洪亮，轻憨中带有磁性，语言表达不卑不亢、条理清晰，其最大特点是对婚恋问题中过错方的批评斥责之声异常激烈，如“羞耻”、“无耻”、“管不住裤腰带”、“管不住下半身”，等等。其二，节目中求助者多为遭遇配偶或恋人背叛者，且女性为大多数，在一定程度上她们是“弱势群体”。其三，叶文充当权威、专家的角色，为所有求助者出谋划策。其四，电台及主持人掌握着“话语权”，即可以随机打断听众的言辩，或者斥责其观点，或迫使其沉默，或干脆单方挂掉电话。

“叶文热”固然有其原因，但一个事物一旦“热”起来，往往便具有“迷惑”的效果（如时尚），因此，越“热”的东西，往往越需要我们对之加以思考。我们需要质疑的是：面对纷繁复杂的婚恋问题，叶文的权威角色何以胜任？对于求助者的困惑和表达观点的权利何以不时被演播室一方单向操控？为什么有过错者一定要被斥责甚至侮辱而不是被当成救助的对象？节目对自身解决问题能力的有限性没有明确的宣称，因而以全知全能的角色助长了求助者的幻想和无助，这是不是一种媒介欺骗？

很明显，在对话的双方中，权力关系是失衡的。以主持人叶文为代表的媒体是强势一方，而打入电话的求助者为弱势的一方。前者之强表现在有控制电话接入与切断的权力，表达观点却决绝对方观点的权力，利用自身知识与专业优势“激扬文字”的权力；相反，后者的弱势则表现在通话时间被控制，表达观点被回绝，不同意见遭驳斥甚至切断。在强弱对比中，最明显的是主持人的角色被无限放大，以至于成为全知全能者；而求助者则显得弱小、无助、单薄。这样，本来就成为婚恋问题中的弱势者，在媒体的加工之下，显露出（被建构出）十足的弱势形象，或者说弱势者的再弱化。因此，作为受困于婚恋问题的弱势者的女性遭遇再弱势化的过程。而广大听众则见证了这一过程，但可能对其中的强弱对比浑然不知。

换言之，媒体对女性的再弱化过程实属法国社会学家布迪厄所讲的“符号暴力”，这是一种支配者施于被支配者身上的暴力，被支配者可能对此无察无觉，反而认可了这种暴力的支配，而与弱势者同处一端的普通听众无疑也成为被支配者，他们有意无意地被单向灌输进媒体的信息和价值，而相反的过程却不存在。因此，表面上的弱势群体求助过程也掺杂了对弱势群体的标签化甚至污名化建构。而弱势群体本身却几乎没有表达的机会与权力，更奢谈对媒体势力的反抗。

在米歇尔·福柯的意义上，现代媒介传播乃一种权力控制技术。不同的是，福柯的“全景敞视监狱”是少数人监控多数人：监狱管理者位居圆形监狱的中央塔，而四周的犯人的一举一动则尽收眼底。而在“叶文有话要说”中，广播台的监控则是多数人对少数人，即广播台代表大众监控少数参与其中的求助者，媒介及听众的声音远强于作为个体的求

助者的声音。弱势者或弱势群体的“强势”使其很容易被利用以达到各种政治、经济目的。换言之，弱者成为强者的武器。

一般认为，婚恋问题中的女性往往成为弱势的一方，这既与女性生理特征有关，又与社会赋予女性的角色和女性的自我认同有关。柔弱的体力、阴柔的性格、母爱的天性、道德的压力、就业的歧视等因素往往使婚恋问题中的女性背负沉重的心理负担和社会压力。而当前的社会生活中，离婚率不断增长且不必言，婚外情、三角恋、包二奶（据说还有“包二爷”？）等问题甚至泛滥到人们见怪不怪的程度，人们通过影视剧、报刊杂志、互联网上可以获知大量与此相关的信息。正因为如此，广播电视剧利用婚恋市场中的“商机”办了诸多情感沟通类节目。“叶文有话要说”即是其中一类。

对于这种情感沟通类节目，主持人应保持中立的态度，打进电话者不管有无过错，不管在道德上处于优势还是劣势，他们都是遭遇婚恋之感/之痛的求助者，他们所表达的观点、提出的问题或许并非简单的对错两分判断可以涵盖。况且，打进电话者本是节目得以进行的贡献者，要求起码的礼遇似乎并不过分。如果主持人表达强烈的个人好恶和价值偏好，甚至不惜利用媒介权力恶语相袭，则既有失职业道德，又有损受众的情感。奚落与谩骂吸引了听众的耳朵，提高了收听率，却有悖于责任之维：解惑援助之初衷。

事实上，诸如“叶文有话要说”类的情感谈话与救助节目并没有很好地贯彻“救助”之宗旨，却很可能被“收视/听率”、“广告费”所驱使，而求助者反倒成为媒体谋取利益的手段。公共媒体的根本职责是传递积极的信息与价值，管不了太多的事情，也解决不了太多的业外问题。“叶文热”凸显了媒体自我夸张的弊病，也从另一个角度反映了社会救助机构的不健全。如果有足够的妇女救助机构及其良好的运作，

“叶文有话要说”中打来电话的女性朋友的问题可能得到更有针对性的、专业性的解决。

社会救助需要数量甚多的有组织机构，而非一个电台主持人所能胜任，如果主持人仅凭一己之知识、阅历与经验对求助者指手划脚，非但不能提供行之有效的帮助，反而可能误导求助者甚至加深其无助的处境。不恰当的帮助甚至比不帮助更坏。当然，我们并不否认媒体在社会生活中的重要性，对于很多社会问题媒体的介入和参与十分重要，但并非无所不能。一旦媒体夸大自身的功能，便往往陷入公共责任之外的利益泥沼，甚至黄钟之音微弱，瓦缶之声杂鸣，反而有损其承担公共责任的形象。

（王建民 吉林大学社会学系2005级博士研究生）

文档附件：

编辑：Liuzp 文章来源：作者投稿

版权所有：中国社会科学院社会学研究所

E-mail: ios@cass.org.cn

欢迎转载，请注明：转载自《中国社会学网》[<http://www.sociology.cass.cn>]