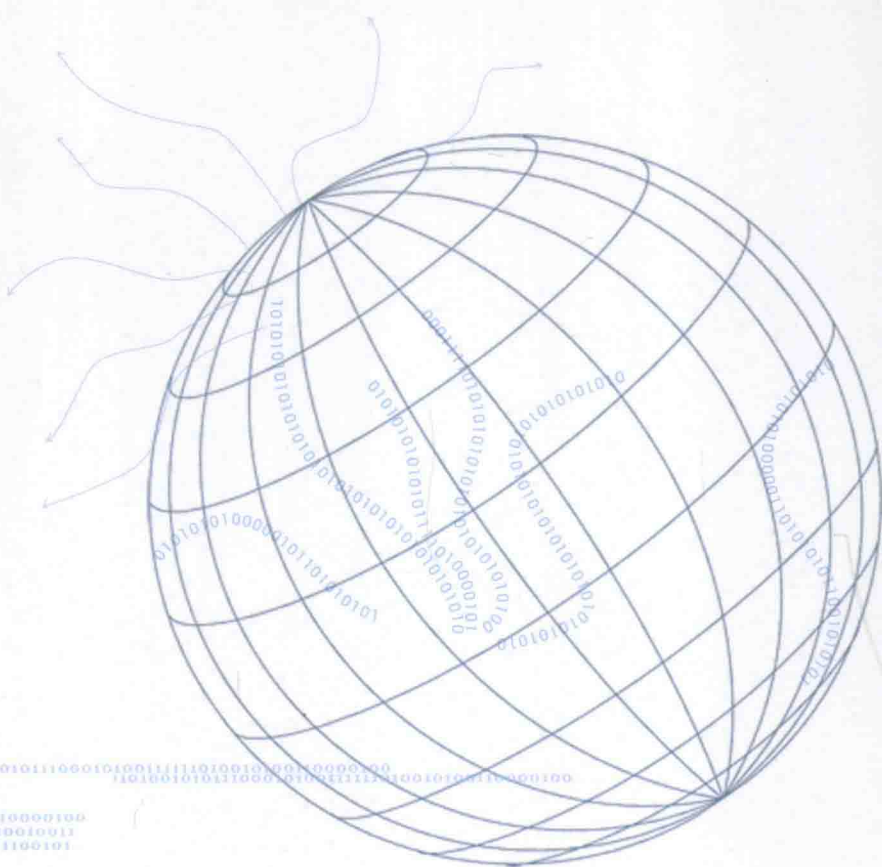


新闻传播研究丛书

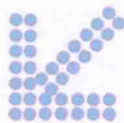


观看与被看 凝视与权力

——改革开放以来媒介与农民工关系研究

Seeing and Being Seen VS Gaze and Power

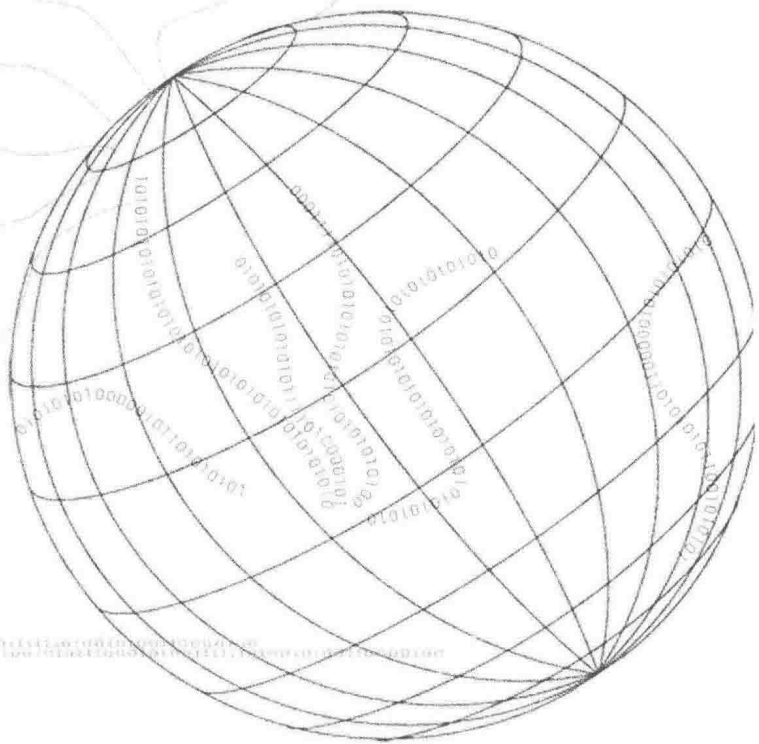
李红艳 著



中国言实出版社

本书由人文在线出版基金资助出版

新闻传播研究丛书

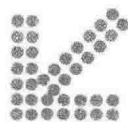


观看与被看 凝视与权力

——改革开放以来媒介与农民工关系研究

Seeing and Being Seen VS Gaze and Power

李红艳 著



中国言实出版社

图书在版编目(CIP)数据

观看与被看：凝视与权力：改革开放以来媒介与农民工关系研究 / 李红艳著. —北京：中国言实出版社，2015.10

ISBN 978-7-5171-1607-3

I. ①观… II. ①李… III. ①传播媒介—关系—民工—研究—中国 IV. ①G219.2②D669.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 243810 号

责任编辑：周汉飞

出版发行 中国言实出版社

地 址：北京市朝阳区北苑路 180 号加利大厦 5 号楼 105 室

邮 编：100101

编辑部：北京市西城区百万庄大街甲 16 号五层

邮 编：100037

电 话：64924853（总编室）64924716（发行部）

网 址：www.zgyscbs.cn

E-mail: zgyscbs@263.net

经 销 新华书店

印 刷 北京天正元印务有限公司

版 次 2016 年 1 月第 1 版 2016 年 1 月第 1 次印刷

规 格 710 毫米×1000 毫米 1/16 13 印张

字 数 248 千字

定 价 38.00 元 ISBN 978-7-5171-1607-3

目 录

导 论	1
文献回顾	5
理论基础	8
研究方法	14
研究内容	15
第一章 “我们是谁”——农民工对媒介中自我形象的认知	16
一、第一代农民工对大众媒介报道中涉农报道的认知:消极抵抗	18
二、第二代农民工对大众媒介报道中涉农报道的认知:自我疏离感	26
三、第三代农民工对大众媒介报道中涉农报道的认知:自我排斥与自我反思	34
四、媒介接触习惯及影响因素分析	47
本章小结	65
第二章 “谁是我们”——媒介从业人员视域中的农民工	67
一、对农民工群体的基本认知	75
二、对农民工群体报道的基本方向	81
三、对农民工群体报道的基本视角	89
本章小结	97
第三章 作为农民工群体的“我们”	99
一、农民工政策导向的变化及特征	99
二、作为“我们”的农民工群体的变化及特征	112
本章小结	124
第四章 代际更替与媒介技术:农民工的转型	127
一、城乡对立格局中的发现自我之旅	127

二、“寻找”工作中的励志之路	138
三、“自我流放中”的自由之歌	152
本章小结	167
结论与讨论	169
结论	169
结论一：改革开放三十余年以来，中国农民从原有的乡村社会体系中向城市社会体系中的人口流动，已经完成了代际更替，新的信息技术正在重塑第三代农民工的媒介观念。	170
结论二：媒介从业人员的代际更替与农民工群体的代际更替之间出现了“代际位移”现象。	171
结论三：媒介化时代的媒介权力以各种方式呈现出来，对农民工而言，媒介权力逐渐体现在对农民工群体的凝视中。	171
结论四：第三代农民工（即九零后）以新的信息技术的拥有为突破口，以实现个体梦想的方式，正在突破制度、机构、传统和文化等因素的限制，逐渐构成一个新的社会阶层。	172
讨论	174
讨论一：劳资关系导向与技术文化导向	175
讨论二：被开放的与被嵌入的：农民工的个体化	178
讨论三：农民工与媒介现实	183
讨论四：权力，凝视与社会秩序	186
参考文献	191
后 记	201

导 论

寻找回家的路，似乎是我们这个时代每个人都在竭力完成的使命。我们有时候沉默着，是因为选择沉默；有时候沉默着，是因为被迫沉默；有时候沉默着，是因为发出声音更令人痛苦。我们依然要发出声音，赋予社会弱势群体以尊严！
——引子

随着信息对当代社会日常生活的“侵袭”，人类认识世界和感知世界的方式悄然发生着变化；在信息的多元“浸淫”中，日常生活秩序的“被”安排和“新”“老”媒介的“环绕”成为“常人”“存在”的一种“常态”。“常态”的非常态化也成为“常人”与生活中的信息“抗争”的一种方式。这种方式却又不得不伴随着媒介的日常化和“人”的媒介化，因此，“常人”与媒介在一定意义上成为了“双生婴儿”。人们的“作”“息”“时间”序列在信息的无孔不入中，被媒介所重构。人们每时每刻所体验着的“生活世界”，已经变成一个信息重叠（overlapping）的“生活”中的世界，或者说是信息现实（information reality）所构成的世界，在这个世界中，人们体验着自身的存在。无论是媒介生活（Media Life）还是媒介化（Mediatization）的现实，在一定意义上都阐释了媒介世界中人与现实的一种新时空视野中的关系。虽然无奈，但人们也“时刻”在“剥离”中“建构自身”与媒介之间的“距离”，以便维护人类自身作为生命主体的尊严。

笔者就从自己身边的几个信手拈来的例子说起：

前几日参加了校友会举办的一个学术讲座，听说笔者是做农民工调查的，一个校友提了一个有趣的问题。他说：你有没有可能将一个真正的农民工包装起来，让他上《非诚勿扰》节目，然后看看结果和反响如何呢？我说：这个节目做过进城务工人员专场。他说：那都不是真正的农民工……我想看看真正的农民工在这个节目上会表现出怎样的价值观！

每年春节之前，笔者总是和在校的研究生、毕业的研究生一起聚餐，基本是聊聊一年之内发生的一些事情，毕业的同学诉说着工作的压力，羡慕着尚在读书的学生；在校的学生一边听得津津有味，一边说着回家买票如何困难，他们如何利用各种手段提前订票，如此种种。有的学生说“回家买票革新了方式，可以通过网络和电话订票，不用排队了，但就是要不断打电话、守着电脑使劲刷屏，也很烦恼”。在某广播电台工作的学生（一位工作了四年的记者）说他去年负责春

运报道，农民工买到回家车票的新闻也是规定报道之一。

从上述两个例子可以看出，尽管我们都生活在“同一个世界”中，同一个国度中，甚至是生活在一个城市、一个社区，也即便我们观看了同样的电视节目，浏览了同样的新闻信息，我们眼中的“现实”与“信息”所呈现的现实，以及“眼见为实”的现实之间却又有着千差万别的联系。但无论如何，我们每个人在媒介世界中所想象的各种现实（imagined various reality）便构成了我们自身所“栖身”的世界，我们也由此找到了自己的“家”，或者说与媒介相互依存的家。

但是，这个“家”并不如我们所预料的那样，让人有“栖身”之感。这种对于“家”的“生疏感”更多源自于一种去距离化或远距化（distantiation）。距离产生想象，距离同时也产生疏离，在空间被技术分割再度被技术融合中、在时间再秩序化的“新”媒介技术世界中，人们如何找到自己的“位置”或者“家”呢？

就媒介历史来看，在“前”媒介时代，按照学者英尼斯（Harold Adams Innis）的观点，文明的传播、帝国的兴衰与媒介之间有直接相关的关系，从口语到书面文字的传播，不仅重塑了社会阶层，也对帝国的管理模式形成了挑战（哈罗德·英尼斯，1950/2003）。进入大众媒介时代之后，工业社会 and 城市化打破了传统社会中的共同体，“社会”则改变了人与人之间建立社会关系的方式，大众媒介，在一定意义上，取代了人们在传统社会中的人际关系网络的构建模式，并将人们纳入到大众媒体的信息传播体系中来。换言之，我们每个人所面对的社会现实，从原来面对面的直接信息获取模式转变为以大众媒体的信息传播方式为核心，这种转变，在电视普及之后逐渐成为了一种趋势。随着新的媒介技术的日益普及，互联网、手机、移动传播媒介等新的形式，对原有大众媒介为核心的信息传播方式形成了挑战，网络社会的崛起成为一种新的趋势，正如卡斯特（Manuel Castells）所说“以信息技术为中心的技术革命，正在加速重造社会的物质基础。全世界的经济已然成为全球依赖，在易变不定的几何形式系统中，引入了经济、国家与社会之间关系的新形式。苏联解体，以及其后国际共产主义运动的衰落，已经暂时破坏了资本主义的历史挑战，将政治上的左派（及马克思主义理论）由马克思—列宁主义的致命吸引力中拯救出来，导致冷战终止，降低核子大破坏的风险，并且根本性地改变了全球地缘政治”（曼纽尔·卡斯特，1996/2003）。这种地缘政治的变化并未与中国社会“绝缘”，甚至，中国社会改革开放以来的变化，本身便是全球化地缘政治的一个组成部分。当政治意识形态发生变化、经济改革成为社会变革主导的时候，技术、媒介、信息与政府、社会与大众之间的关系，也成为社会信息传播系统变化的核心之一。

媒介的发展史对中国社会而言，所发生的变化与西方社会的媒介发展过程在历史、文化、政治和经济制度有着显著差异的情形下，也呈现出比较鲜明的中国

特色。从中国历史的视角,关注帝国、媒介与文明的关系,在中国近代和当代的学术视野中是缺乏的。但对作为媒介本身与个体、社会表达之间关系的关注,却并不缺乏,比如中国古代文论中的《诗品》《二十四诗品》等都对文字与个人表达、社会表达乃至政治表达之间的关系做了类似于超越形而上意义的论述,换言之,作为文字的媒介,在中国文化中并未出现像苏格拉底所警惕和批判的那样^①,成为一种无法“保卫自身”的工具。相反,各种媒介手段都成为人们表达自我诉求的工具,换言之,利用媒介进行社会表达在特定的社会时期成为人们获取身份和地位、改变社会秩序的一种路径。十九世纪后半叶近代中国大众媒介的发展,呈现出一种独特的地缘政治,却也折射出全球化的特点。在经历了下半叶相继进行的社会变革和社会运动之后,媒介信息系统在与全球信息“几乎隔绝”的状态下,“完成”了自身的诸种功能。

发端于二十世纪七十年代末期八十年代初期的中国改革开放,在绵延三十余年的时间中,将变革与开放的因素拓展到人们生活的方方面面,从经济政策的变革到市场机制的发展,从媒介制度的变革到媒介技术的变革,从人口的自由迁徙到文化的多元化开放与变化,从本土化到全球化,改革开放将政治、经济、文化、信息、媒介、技术与人本身的关系,在一个更大的场域中被重构了。对这种重构过程理解的关键在于:如何选择—个视角,对上述种种关系进行较为充分的阐释?笔者选择的两个因素是媒介与人。而在媒介中,选择了以媒体信息传播体系为核心的媒介变革与过程,在人的因素中,则选择了中国当代农民工群体。原因如下:

第一,中国当代的改革开放发端于农村,人口流动的主要方向是从乡村到城市,主要表征是农民群体进城之后“成为”农民工群体的现象。在农民从以传统的农业劳作为主的生计模式转变为以非农和工业模式为主的生计模式中,社会不仅确立了“农民工”这一概念,“农民工”自身也成为一种独特的社会现象,开始进入中国当代政治、经济、文化和社会发展视野中。随着农民进城工作时间的推移,他们与城市之间的关系发生了变化:他们的职业观念、媒介观念、社会关系、家庭关系等方面都出现了新的特征。这些特征如何需要放在更为宏观的社会

① “它(文字)很像图画。画家的作品放在你面前好像是活的一样,但若你向它们提问,那么它们会板着庄严的脸孔,一言不发。书面文字也一样,你可以把这些文字当作是有知觉的,但若你向它们讨教,要它们把文中的意思再说明白一些,那么它们只能用那一套来回答你。一件事情一旦被文字写下来,无论写成什么样,就到处流传,传到能懂它的人手里,也传到看不懂它的人手里,还传到与它无关的人手里。它不知该如何对好人说话,也不知该如何对坏人说话,如果受到曲解和虐待,它总是要它的作者来救援,自己却无力为自己辩护,也无力保卫自己。”——柏拉图著,王晓朝译(2003)。《柏拉图全集》第二卷,北京:人民出版社,第198—199页。

信息传播现场中进行剖析,这种剖析则与中国社会未来的发展趋势、政治制度和社会结构的变迁息息相关。

第二,中国现有的媒介制度发端于二十世纪二十年代,在四十年代逐渐确立下来。八十至九十年代大众媒介制度在全球化、市场化的背景下,开始进行变革。这种变革的过程中,政府、信息与大众之间的关系也发生了变化。如何理解这种变化,是透视中国当代媒介制度的主要突破口之一。而从农民工群体与媒介制度变革之间的关系层面,则可以较为恰当地折射出这种变化的某些侧面。

简而言之,乡村人口向城市社会的流动、大众媒介从行政视角的信息报道向多元化、大众化信息生产方式的转变,以及新的媒介技术所带来的信息革命和社会阶层重构,与其他的社会变革一起,共同构成了中国当代社会变革的主要现场。在这种现场中,任何新的要素的“出场”都会成为一个不可控制的因素。信息技术便成为这种现场的“搅局者”和“在场者”。首先,互联网将人与人之间的社会关系虚拟化,将阶层与阶层之间的壁垒打破。其次,信息生产和消费的民众化模式,如手机、社会化媒体等技术,将信息与人们的日常生活、政治参与、公共生活等混合在一起,“公”与“私”之间的边界再次成为一种关注焦点。

此外,在庞杂的信息纷扰中,大众媒介的信息,与人们日常生活中依靠社会关系网络(social network)、社会化媒体(social media)所获取的信息交织在一起。信息交织对于个体而言,也呈现出不同的状况来。由于人们的社会地位、社会身份乃至社会角色的差异,在构建信息世界的过程中,人们与大众媒介所发布的信息会进行再度发布,而人人参与信息发布的诸种可能性,则使得这种信息世界的构建过程更为复杂和多元化。

人们周遭的世界就这样被信息环绕着:每个人都使用着媒介,每个人都发布着信息,专业记者依然被各种规则“规训”,也承受着人人成为媒介发布者的信息挑战;芸芸众生依然在寒风中守候着春运的车票,却也不得不忍受着大众媒介现实与自己所体验的现实境遇之间的“分隔”状态,而信息的全球化又使得这种“分隔”状况显得更为突出。

在这种“分隔”中,媒介信息的生产者和消费者之间的关系也发生着改变。而在大众媒介和各种其他媒体所共同塑造的信息世界中,现实世界中的各种问题也以各种形式折射出来了。这种“折射”在媒介日常化和技术普遍化的时代变得格外突出。

在这种种复杂而混杂的社会现场和媒介现场中,笔者的关注点集中在三个点上,第一个点是媒介生态信息系统。第二个点是农民工^①。第三个点是新的媒介

^① 本文研究的农民工集中为非工厂农民工。

技术。从媒介生态信息视角,笔者放弃了以往通过主流媒体农民工报道的研究路径,采用深度访谈的方式,考察大众媒介专业机构中媒介从业人员眼中的农民工群体。选择农民工作为第二个关注点的原因在于:农民工是伴随着中国八十年代末期改革开放出现的一个现象,随着改革开放的进城和城乡社会的变迁,农民工在城市的打工,已经不仅仅是一种流动现象,更是一种经济、文化和政治现象。关注其媒介观念的变化轨迹,在一定程度上可以折射出在政府、大众媒介、其他信息路径和乡村与城市社会制度体系的作用下,如何逐渐萌生了“寻找”自我身份的意识;第三个关注点,选择关注新的媒介技术的考虑有几个含义:首先,技术不仅改变了信息传播方式,也将本地化与全球化融合为一体;其次,技术在一定程度上屏蔽了现有社会制度上的一些“刚性”障碍,也突破了原有大众媒介信息生产和消费的壁垒,“普通人”被置于信息传播的中心;再次,城乡社会之间游走的农民工,利用技术进入了新的社会秩序中,在争取获得新的社会角色和身份的同时,也将技术作为他们参与社会、经济、政治和文化实践活动的一种工具。

文献回顾

改革开放以来,中外学术界逐渐将目光集中在中国媒介变革、流动人口所产生的系列社会问题以及市场和技术所带来的政治社会和文化影响上。与本研究相关的主题主要集中在几个方面:媒介现实与农民工形象建设、新媒体与农民工的自我表达以及媒介与农民工的城市生活。

媒介现实与农民工形象建设

自大众报刊出现以来,学者便开始关注报刊中所反映的社会现实与真实现实之间的关系。李普曼率先在《舆论学》(1922)一书中提出了“拟态现实”这个概念,在媒介所塑造的现实与真实的现实之间的距离在二战之后的学者关注中,演变为议程设置理论、框架理论、培养理论以及社会建构理论等(Gerbner, 1972; Gerbner & Gross, 1976; Gerbner, Gross, Eleey, Jackson - Beeck, Jeffries - Fox & Signorielli, 1977; Gerbner, Jackson - Beeck, Jeffries - Fox & Signorielli, 1978; Gerbner, Morgan & Signorielli, 1980; McCombs, 1972; McCombs & Shaw, 1972; McCombs & Shaw, 1993)。以当代中国改革开放为出发点,农民工群体进入大众媒介信息系统,也是按照序列出现的。

学者对于媒介中农民工形象的研究,发端于二十一世纪初期。而在关注农民工与大众媒介关系时,首先将视角放在农民工在大众报刊中的形象塑造问题,以及由此而提出的农民工在大众媒介中话语权问题,这一研究思路集中在二十一世纪的前十年,从2001到2010年到研究论文逐渐增多,研究视野也从报刊、电

影、文学到电视剧进行拓展,网络新闻和图片新闻的研究也有所涉及,2011 到 2014 年研究数量平稳上升。主要研究结论指出:农民工群体的媒介形象已趋于定型化、妖魔化。“素质低下、影响市容、自杀、跳楼、口吐秽言……”已成为农民工形象的代言词,这种形象潜移默化地形成并强化于城市人的思维中,使得针对于农民工的歧视愈加强烈。农民工媒介形象之所以出现“妖魔化”和“定型化”是多种因素共同作用的结果。媒体精英的商业牵引、媒体对政治的呼应、媒体社会责任的部分缺失、对农民工群体的刻板认知模式等都是形成这些现象的原因(李永健,谭恩花,2006)。例如通过对地方报纸的研究指出,农民工被描绘为文化程度不高、四处求职四处碰壁、四处讨薪、容易受骗、容易冲动、易产生极端行为的群体”(徐瑞,张强,2008)。媒介对于农民工批判的多,使得受众在媒体所创建的拟态环境中形成了一种片面的甚至有偏差的“农民工印象”(杜洁思,2008)。媒介中的弱势群体成为研究者的共识(乔同舟,李红涛,2005;李红涛,乔同舟,2005)。值得注意的是,农民工形象建构中的性别研究也出现了,学者通过分析纪录片《归途列车》(last Train Home)中女性农民工,运用“他者”“解构”“话语”等理论,分析了当代中国青年女性形象塑造呈现出的新趋向(吴小君,刘小霞,2013)。同时,也有学者从城市归属感和农民工媒介接触之间的关系入手研究(王晓华,蒋淑君,2005)。

媒介表达话语权是媒体获得经济利益的重要资源,是一种稀缺的经济资源。农民工作为弱势群体,在这方面的权利也没有得到保障,突出体现就是,大众传播媒介中农民工群体的话语权缺失。这一问题也直接影响了农民工对大众传播媒介的使用和评价。其原因主要在于农民工的弱势经济地位以及由此而带来的相关因素,如社会排斥、社会地位、媒介使用能力、政治利益诉求和信息需求缺失等几个方面(许学峰,任孟山,武闽,2009;董宽,2007)。

新媒体与农民工的自我表达

随着社会化媒体的出现,学者开始关注公民对社会化媒体信息的参与对其社会参与和政治参与的影响。研究指出 SNS (Social Networking Services) 使用对新闻的影响力体现在政治生活的四个方面:在社会和政治过程中增加社会资本、公民参与、线上和线下的政治参与。使用 SNS 选择信息的动机对个体参与公民和政治行动的活动有显著和积极的影响力,社会化媒体固有的结构不仅促进信息获取,还促进了信息重要性和相关性 with 特殊个体社会网络中成员的讨论 (Gil de Zúñiga, Jung & Valenzuela, 2012)。

微博成为农民工自我表达的一种工具。一项 2011 年 3 月至 7 月对深圳市龙岗区 18 家工厂及餐饮行业的 500 名员工的调查数据显示,城市外来务工人员的微博使用率分别仅为 3.8% 及 4.2%,微博长期使用者(3 次/周)仅为 2.1% 及

1.9%，25.8%表示不知道微博是什么；目前居住地个人电脑持有率为3.4%，智能手机持有率5.3%。微博发展虽然提升了草根话语权，但它所带来的大量信息在社会系统中不断流通不断增加的同时，可能拉大外来工与其他优势群体之间的距离，形成知识鸿沟（刘冬，2012）。微博，作为一种ICT技术的一种形式，确实导致了信息缺乏者内部的分化，九零后农民工群体在尝试使用微博中所表现出来的特征，与第一代和八零后农民工使用媒体的状态有较大的差异，尽管他们对微博的接触还处于体验阶段，鉴于他们自身文化程度和社会圈子的局限性，在文字表达上还无法充分实现一个群体的独立表达，但是微博本身的随意性、自由选择性、多重互动性等特征，赋予了他们一种获得表达空间的潜在可能性（Li & Wang, 2013）。

同时，因为新的媒介技术的出现，也出现了一个信息缺乏阶层，即农民工和一些弱势群体，在中国的数字化城市中，（介于信息富有者和信息贫困者之间的）信息缺乏者这个人群正在逐步形成，形成的方式既有科技的也有经济的也有社会—政治的因素。如果ICT市场能够适应信息缺乏者的增长，信息城市并不一定会发展为二元城市。但信息缺乏者内部的分化，以及使用ICT技术模式的改变，则可能会促进一种新的集体认同的形成，并形成新的文化表达（Cartier, Castells, & Qiu, 2005）。

除了自我表达之外，微博还为农民工建构新的社会关系提供了可能性。农民工虽然在微博中建立了弱关系，却是一种特别松散的弱关系，农民工和社会网络成员的互动并不多，他们在社会网络中进行了自我展示和发声，但是得到的关注和回应并不多。特别在微博求助的时候，他们需要借助和微博名人的弱联系提升自己的影响力，但是他们的需要并没有得到满足。农民工在微博上正尝试突破以亲缘和地缘为核心的关系网，形成了基于“农民工”“弱势群体”或“类似遭遇”而形成的认同感、归属感的关系网，建立自助圈子（唐芳，2012）。

农民工与手机媒体之间的关系也得到了学者的关注。作为移动的传播工具，手机不仅仅是一个信息资源、技术资源、工具资源，更是一种社会资源，他们利用手机拓展了自己的社会关系网络，建立了新的社会关系（李红艳，2011）。

媒介与农民工的城市生活

身在异乡的故乡情结，这一表述体现了农民工在城市生活中与媒介的关系，即“许多农民工经常看家乡电视台的节目，听家乡台的广播，遇到报纸上有关家乡的题材会特别留意。有时只为在媒体上听听看看家乡的地名，看看家乡人的面孔，听听家乡话。同时，随着异乡变得渐渐熟悉，农民工对本地信息的关注也在提升”（杨英新，2010）。这种表述同时也展示了一种空间和时间上的移动关系。

农民工城市化在时间和空间上的“位移”，即从在日常生活中从农业时间的

体验转变为工业时间的生活，从农村居住空间搬迁到城市居住空间，这种位移也是农民工适应城市、自我陌生化农村、继续自我社会化的过程。它涉及农民工生活方式、价值观念和社会心理等方面的转变过程。类似的概念诸如“农民工城市认同”和“农民工城市融合”。原有的城乡二元分割体制导致城乡文化存在着鲜明的对立倾向，城市人对农民工也早已形成的消极的刻板印象，这些导致农民工、城市居民两个群体之间并没有真正的交往机会，缺乏真正意义上的互动，农民工试图与城市人交往来了解城市社会的方法也变得不现实，只好转而求助于大众传播媒介。“大众传播媒介是他们认识外部世界的一个窗，同时也是他们向外部世界表达自己的一个渠道。”电视被认为是所有大众传播类型中最合适充当增进城市认同的互动中介。“电视作为传播的中介，将农民工与城市户籍居民置入同一情境之中，增进了双重的认同——对于农民工自身，通过对于剧中人的认知，实现了自我身份的认同与强化；对于城市原有居民，透过电视剧的观看同样能够改变对身边诸多熟悉而又陌生的农民工的看法。城市中的新旧居民尽管在现实世界中囿于客观条件缺乏真正互相认知、交往的渠道，但经由大众媒介所造的‘虚拟真实’，实现了间接互动。一方面从心理层次增进了彼此的接受度，另一方面能够部分消除交往沟通中的杂音与干扰”（滕朋，2009）。除此之外，农民工在城市生活实践和工作积累中，利用媒体适应城市生活的能力，比如找工作，找房子，找对象，找朋友，找老乡，甚至是寻找生意伙伴，都提升了他们对媒介本身的基本使用能力（李红艳，2009，2011）。

一些新的研究思路也开始从其他方面渗透出来，从新技术角度探讨社会网络（邱林川，2013，2014），以及农民工的意识形态重建与媒体之间的关系。研究指出，农民工群体在官方话语中的命名和再现方式由消极被动和具有威胁性的负面框架逐渐转变为相对正面的“新工人阶级”框架（黄典林，2014），社区传播与农民工之间的身份认知之间的关系也得以拓展（丁未，2014）。这些新的研究思路在外围意义上，也拓展了媒介与农民工之间的关系。

就上述研究而言，研究视角集中在了农民工的信息诉求与信息供给之间的关系上，并侧重分析话语权问题、媒介接触问题、城市化问题等，对农民工群体的成长过程与大众媒介产业化之间的关系演变之间的关系则着力不够，本文关注的是农民工视野中媒介的作用，也即从农民工对媒介的关注度、使用新媒介的技术程度、以及专业媒介从业人员对农民工的认知三个方面进行深度调研，试图勾勒出自二十世纪八十年代末期以来非工厂农民工与媒介之间关系的场景。

理论基础

本文所依托的理论基础主要有：媒介逻辑与媒介化理论、凝视、观看与权力

理论。

媒介逻辑与媒介化

在媒介产品的生产过程中，记者往往按照特定的逻辑来将原始新闻材料转化为媒介话语。媒介逻辑一直蕴含于新闻社会学的相关研究中，直到二十世纪七十年代末，David L. Altheide 和 Robert P. Snow 首次明确提出媒介逻辑（media logic）概念，媒介逻辑“由传播形式、媒介呈现和传播信息的过程构成。这种传播形式的因素包括多样的媒介、以及由这些媒介所使用的格式（formats）。这些格式部分上是指材料是如何组成的、信息呈现的方式是什么，其焦点是强调一些特定的行为和媒介传播的法则。格式成为一种视野的框架，被用于呈现和解读一些现象”（Altheide & Snow, 1991）。Altheide 认为，媒介逻辑已经成为媒介机构研究者传统的参考点之一。随着媒介生态化和新技术的出现，媒介逻辑的含义也发生了变化（Altheide, 2002），可以说，Altheide 的研究视角为区分媒介化和中介化提出了新的思路。媒介逻辑概念提出之后，学者各个方向进行了拓展。Mediatization, mediation 等类似的概念都提了出来。

Couldry 指出，从概念上而言，mediatization 来自于德语的 Mediatisierung，该词语在德语演变过程中上有着很漫长的历史。在演变中它从与其类似的一些概念中脱颖而出（如 mediatization, medailization, mediation），成为研究媒介与日常生活和媒介的实践组织（包括社会、文化、经济）等的核心概念，并且通过各种语境和实践成为媒介内容的渗透和平台的研究概念。Couldry 认为，二十一世纪以来，媒介研究大约有三种路径，即文本分析、生产的政治经济学和受众或接受研究，但这些研究并没有回答媒介关注的核心问题，文化研究者经常与政治经济研究者争论，政治经济研究者也经常与文化研究者争论。这些争论涉及经济结构多大程度上对媒介文化的使用产生影响的问题（Couldry & Hepp, 2013）。

从 1990 年到 2000 年，媒介化研究的思路在英语世界之外凸显出来。Mediatization 这一概念由此得以扩散出来。而在这一时期出现这一概念有三个因素：第一，互联网技术手机社会化媒体的出现，对媒介的属性提出了挑战。第二，传播中 1980 年以来寻找生产文本受众的路径，转向了更为开放的非线性路径。Roger Silverstone 和 Jesus Martin-Barbero 是发端者。前者始终关注媒介化问题，提出了 mediation 的概念，后者则提出了 medialization。第三，围绕 medialization 研究出现了多样性（Couldry & Hepp, 2013; Silverstone, 1999, 2005）。显然，Nick Couldry 对媒介逻辑的概念做了一些批评，他认为，社会中所有范畴的形成并不仅仅通过媒介，也通过其他与媒介无关的行动、解释和抵抗（Couldry 2003）。因此，仅仅将社会的多元化现象归结为媒介逻辑的结果，是远远不够的。（Couldry, 2008，第 375 页）。

但尽管如此,作为媒介原创者的 Altheide,依然从媒介逻辑角度,和其他学者一起,将媒介逻辑这一概念在媒介化的思路下进行了进一步拓展。Schulz (2004)认为,政治的媒介化在一定的框架内可以理解为“行动者和社会其他机构的组织合谋为一种媒介逻辑”(第98页)。Stig Hjarvard 认为,媒介化是媒介的一种逻辑,是指媒介的组织、技术和美学功能,以及媒介如何配置材料和符号资源、并通过正式和非正式的规则运作(Hjarvard, 2007, 第3页)。研究指出,媒介逻辑已经转变了记者文化。记者采访的方式发生了改变,从原来的“发现”或“信息收集”转为抓住受众的眼球。这一点在电视新闻记者身上表现得更加明显。“追随这种娱乐格式的新闻工作者和通过大众媒介体验世界的受众促进了这种传播,让新闻组织吸引更多受众的目标成为可能,并且让受众足够深入关注,与朋友们看到的新闻交换观点”(Altheide, 2004)。政治文化和政治传播通过娱乐性的新闻格式融合在一起,如媒介会通过制造一些供人消遣的恐怖信息来吸引更多受众,并借此培养受众对犯罪控制相关的政策和政治运动的支持(Altheide, 2004)。这体现出媒介作为一种社会机构,生产社会自我理解话语的功能,及其对国家传播的支持(Hepp, 2011)。但另一方面,这也导致了政治的简化,使得“复杂的事件被掣肘为视觉符号”(Altheide, 2004)。

在新闻机构力图吸引更多受众的同时,新闻来源渠道也开始利用媒介逻辑吸引媒介的注意力。记者和新闻来源分享着同样的媒介逻辑,他们以同样的标准判断什么是好故事、好采访。新闻来源理解媒介逻辑之后也会运用它来将自己想要让别人知道的事情被报道出来。他们会提供一些符合媒介逻辑的采访场景和讯息内容。这种新闻形式被一些学者称为“后新闻主义”,随着后新闻主义时代的到来,采访变为一种获得快速答案的工具,侧重用故事性的方式引发人的情感。媒介逻辑也被媒介产品所加强(Altheide & Snow, 1991)。

媒介逻辑推动了媒介文化的形成,而在一些学者看来,媒介逻辑对非媒介机构的影响愈发显著,在宗教,政治,体育等相关机构中,现实沿着媒介逻辑被建构出来。媒介逻辑发源于媒介机构,逐渐普及至其他机构和社会系统中,媒体渐渐与其他社会机构的运行整合在一起。媒介逻辑的全球性渗透被一些研究者看作“媒介化”的其中一方面,而媒介化则意味着“对媒介逻辑愈发依赖和服从”(Andres & Hepp, 2011)。社会机构和文化过程对于媒介全能化反应体现在属性和结构的变化上(Hjarvard, 2008),但文化的变迁并非仅仅是线性媒介逻辑的单一作用(Hepp, 2009)。

显然,媒介逻辑并非一个整体性概念,对此,有学者指出没有一个普遍的媒介逻辑,在不同种类的社会互动模式中,不同媒介的力量有所不同(Lundby, 2009)。“个人抑或公司都不能完全控制文化产品——社会结构的元素(工作的组

织,时间、预算和空间的参数,媒介所有权等)以及规则、价值、相关专业人士的做事方式都相互影响”(Deuze, 2009)。媒介专业主义精神和媒介组织属性、媒体行业中的潜规则都影响着特定媒介所展现的内容及其被展现的方式,影响着媒介逻辑。当报道一些敏感事件时,媒介工作者一方面要尽量实现自身的职业理想,一方面受制于经济利益、上级部门,在自身创造性、专业精神和不断变化的外界环境中周旋。

笔者认为,媒介逻辑是媒介化的一种集中表现形式,而这种表现形式在新的媒介技术形式变迁下,逐渐渗透到民众中间。民众对于媒介的使用,已不再是传统意义上的媒介使用,媒介形式镶嵌在日常生活中,在当代中国社会状况,媒介逻辑也逐渐转变为政府和民众的逻辑。媒介化便是在媒介逻辑的框架下逐渐展开的。对于农民工而言,作为社会的一个分子,他们也参与到这个媒介化的过程中,体味着媒介逻辑的日常生活实践。

观看,凝视与权力理论

人的自我认知是一个漫长的历史过程,不仅仅是从“镜子”作为技术形式开始的。古希腊哲学命题“认识你自己”便是一种从自我主体出发对自我认知的形而上呼唤。而认识他者则是从社会科学角度,尤其是从人类学角度对另一种文化,或者可以称之为异文化的一种反思,从这种反思中反观自我与他者之间的关系。在反观中,必然会有真实、拟像、想像或者是幻觉的状态出现。观看(seeing)概念与被看(being seen)和凝视(the gaze)的概念与人类以“眼睛中心”来认知世界与自己关系密切,同时也隐含了对他者的权力和自我权力的一种认知。

本书所说的观看(seeing)概念与被看(being seen)是作为一种关系概念出现的。福柯在《临床医学的诞生》中指出两种目视之间的关系:“一种倾听的目视和一种言说的目视:临床经验代表了言说与景观处于平衡状态的时期。这是一种不稳定的平衡,因为它是立足于一种可怕的假设上:凡是可见的事物都是可以表述的,而且,因为它是完全可以表述出来的,所以它是完全可见的。但是,可见物在可表达形式中的彻底转换在临床医学中依然只是一种要求和极限,而不是一种初始原则。彻底的描述是一个既在眼前又不断后退的地平线:它与其说是一种基本的概念结构,不如说是一个梦想”(米歇尔·福柯著,刘北城译,1963/2001,第128页)。

他同时指出,“为了对人类的生存进行管理,医学采取了一种规范姿态,这使它不仅有权对如何健康地生活给出各种忠告,而且还有权发布个人以及社会在身体和道德关系方面的标准。医学立足于那个边缘的、但对于现代人是至高无上的领域。在那个领域里,某种平静的感官幸福名正言顺地与整个国家的秩序、军队的权力……联系在一起”(同上,第39页)。广泛的医学成为国家政治生活和

社会秩序的基本意识。彻底的对于人本身的全视（all-seeing）成为一种梦想，或者幻觉。正如拉康所说：“我们以为世界的镜像是作为全视呈现给我们的，但这是一种幻觉”（拉康，2005，第19页）。

在被观看和观看的关系延展中，福柯又提出了全景敞视主义的概念。他的全景敞视主义的概念建立在全景敞视建筑概念的基础上，“全景敞视建筑是一种分解观看/被观看二元统一体的机制，在环形边缘，人彻底被看，但不能被观看；在中心瞭望塔，人能观看一些，但不会被观看到。这是一种重要的机制，因为它使权力自动化和非个性化，权力不再体现在某个人身上，而是体现在对于肉体、表面、光线、目光的某种统一分配上，体现在一种安排上。这种安排的内在机制能够生产制约每个人的关系”（[法] 米歇尔·福柯，1975/2003，第226页）。全景敞视视域中，建立观看和被观看者关系的是一种观看者视野下的中心主义视角，但这个中心虽然是权力做了妥帖的安排，“但是它这样做并不是为了权力本身，也不是为了直接拯救受威胁的社会。它的目的是较强社会力量——增加生产、发展经济、传播教育，提高公共道德水准，使社会力量得到增强”（同上，第227页）。

这种虚幻关系中自动产生出来的真实的征服（同上，第232页），是福柯论述的核心。作为人本身，并非为社会机构所压制、所肢解或者所改变，而是在被力量和肉体技术而编织到社会秩序中。“这是我们自己造成的，因为我们是其机制的一部分”（同上，第243页）。

观看，在这个意义上处于同被观看者等同的社会空间中，在这种社会空间中，一切被完美地镶嵌在一个社会体制中，个体不是社会的螺丝钉，而是社会机制的一个不可获取的组成部分。

观看同时也是一种文化规定，是有其历史含义和权力界定的。在日常生活中往往体现为权力控制的形式。在这里，我与他者之间的传统与文化发生碰撞，启蒙运动以来的进步、理性和文明等概念进入了人们的视域中。“观看只是一种习惯，一种程式，一切可见事物的部分选择，而且是对其他事物的偏颇的概括。我们观看我们所要看的东西……决定于发现或构造一个可信的世界的愿望”（[英] 赫伯特·里德著，刘萍君译，1979，第5页）。从表面上看，观看是一种带有个人“刻板印象”的一种选择。但就制度或者系统对人的观看行为的操纵而言，观看也是一种权力控制的形式，也是福柯所说的“权力的眼睛”（[法] 福柯著，严峰译，1997）（即被操纵的观看）。本文所采用的观看也带有文化界定的含义，是一种被文化所预定的观看。“当一群人与其他文化相遇时，一般会发生两种截然相反的反应。一种是否认或无视文化之间的距离，无论自觉地还是不自觉地，会用类比的方法将他者与我们自己或我们的邻人相比较。于是，他者被看做是自我