



复旦
博学文库

家居营造： 上海都市中产的自我表达实践

於红梅 著

复旦大学出版社

本书由复旦大学出版基金资助出版

家居营造： 上海都市中产的自我表达实践

於红梅 著

图书在版编目(CIP)数据

家居营造:上海都市中产的自我表达实践/於红梅著. —上海:

复旦大学出版社, 2015. 11

(复旦博学文库)

ISBN 978-7-309-11523-9

I. 家… II. 於… III. 中等资产阶级-生活方式-研究-上海市 IV. D669.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 129824 号

家居营造:上海都市中产的自我表达实践

於红梅 著

责任编辑/岑品杰 方毅超

复旦大学出版社有限公司出版发行

上海市国权路 579 号 邮编: 200433

网址: fupnet@fudanpress.com <http://www.fudanpress.com>

门市零售: 86-21-65642857 团体订购: 86-21-65118853

外埠邮购: 86-21-65109143

当纳利(上海)信息技术有限公司

开本 890 × 1240 1/32 印张 8 字数 204 千

2015 年 11 月第 1 版第 1 次印刷

ISBN 978-7-309-11523-9/D · 745

定价: 26.00 元

如有印装质量问题, 请向复旦大学出版社有限公司发行部调换。

版权所有 侵权必究

总 序

为了进一步提高复旦大学人文社会科学高层次人才培养的影响力,传承中国文化和社会科学研究精神,展示我校博士研究生培养成果,复旦大学研究生院、党委宣传部、复旦大学出版社决定从人文社科类博士学位论文中挑选一批优秀作品,以专著形式出版。首批入选的六篇博士学位论文,就是其中的代表。

总体看来,入选第一辑“复旦博学文库”的论文不仅涵盖面较广,涉及哲学、新闻、历史地理、国际关系、社会发展以及管理科学等领域,研究成果也体现出作者独特的学术视野和研究的深入程度。例如,李甜博士的《丘陵山地与平原圩区:明清宁国府区域格局与社会变迁》,注重乡土文献的收集以及材料的准确释读,使其结论建立在坚实的文献及详细考证基础之上,将历史人类学方法引入历史地理学研究中,具有一定的创新性。又如,林青博士的《阿尔都塞激进政治话语研究》,围绕阿尔都塞思想中的意识形态理论,将其置于“五月风暴”背景下考察其思想转变,全面剖析了阿尔都塞新政治逻辑的方法论和哲学基础,在讨论阿尔都塞理论的学术效应及其遗产方面取得了突破。此外,我们很高兴地看到,赵清俊博士的《纳米生物制药领域的创新绩效评价与机理研究》在交叉学科研究方面开展了有益的尝试,成为本辑文库的亮点之一。需要说明的是,入选本辑文库论文的指导老师们都具有较高的学术造诣。尽管每篇论文都是各位博士的独立之作,但这些成果与其导师的精心指导亦是分不开的。

编辑和出版“复旦博学文库”,对我们探索中国现阶段如何培养高质量的人文社科类博士研究生具有促进作用。近年来,我国所培养的文科博士研究生数量在全世界名列前茅,这一方面反映了我

国人文社会科学研究繁荣,另一方面也让我们不免担忧所培养的博士研究生质量是否存在问题。从国家和上海市教育管理部门的要求以及社会对高层次人才的需求来看,在控制招生数量的同时,抓好培养过程的关键环节,做好学位质控工作业已成为目前博士研究生教育的“重中之重”。我们的博士研究生们也应当清楚地意识到,博士研究生阶段的学习与研究是一个十分艰苦的探索过程。每一项具有一定深度的研究成果,均是师生们反复斟酌选题、认真设计方案、仔细分析结果后所获得的,是他们的智慧和努力的结晶,也是随时间而积累的产物。事实上,博士研究生们为修改和完善论文而延长培养期限的情况也日趋普遍。尽管此次入选的论文还存在一些写作仓促的痕迹,但从总体质量上可以作为我校人文社会科学类博士研究生论文的标杆。毋庸讳言,在当前较为浮躁的社会风气影响之下,许多科学研究中充斥着浮光掠影式的所谓“成果”,甚至学位论文造假、抄袭等学术不轨行为也时有发生。出版“复旦博学文库”的初衷就是希望扭转这一现象,对提高我校博士研究生论文质量真正起到引领作用。

衷心祝愿我校研究生教育工作不断发展,收获越来越多高质量的博士学位论文,也期望“复旦博学文库”越办越好。

复旦大学研究生院院长

鍾揚

2015 年 10 月

序

《家居营造：上海都市中产的自我表达实践》，是於红梅在她2013年答辩通过的博士论文基础上修改成书的。一部博士论文能被选入“复旦博学文库”出版，这是对作者的极大肯定。作为她的导师，我也深感荣幸。

於红梅是我在复旦大学新闻学院任长江学者讲座教授期间指导的一位博士生。因为我在美国威斯康星大学麦迪逊分校任职，不能每年春秋学期在复旦授课或指导学生，所以，从她入学起，我就通过对於红梅的了解，根据她的兴趣和取向，制订了一个博士三年的学习计划，其中包括她博士论文选题的基本方向，以及在准备开题期间到威斯康星大学麦迪逊分校访学一学期的设想。在构想这个学习计划时，我有这样几点的考虑：

第一，於红梅的取向更加偏好文化社会学和文化人类学，因此，在她考虑范围内的题目必须适合采用田野考察、深入访谈等质化研究的方法，同时，她也需要系统地上一些社会学和文化研究的课。

第二，我当时正在复旦大学从事教育部人文社会科学的一个项目，按原设计，我需要在上海展开一项大型的问卷调查和一项比较长期、深入的田野考察，以两者的结合，来立体地呈现新媒体条件下城市居民的社会交往形态及其效果。这个计划中的田野考察，需要我们走访多个住宅小区、进入多户居民的住家，并在一些人的日常生活中影随他们，展开现场观察和深入访谈。在当时的条件下，我本人和项目组成员都无力展开这个耗时、耗力的田野工作，但它却符合了於红梅的研究兴趣和取向。于是，她决定，作为博士期间学习和研究的内容之一，在这个大的框架下设计并展开自己的研究，形成她博士论文的经验考察部分。

第三,虽然我在复旦大学的任职和於红梅博士期间的学习都在新闻学院,但是,我正在思考着走出受“新闻”或“媒体”等字眼所约束的窄义的传播学,而她对新闻也是既没有专业背景也没有浓厚的兴趣。她感兴趣的是日常生活,尤其是其中的文化消费和实践。这个研究兴趣当然也包括了媒体,但却不以媒体为中心,它的指向也正好契合了我正在调整的研究兴趣的走向。

这样一些“基本参数”层面的考虑,开始了一个稍微有些独特的博士论文形成的路径:於红梅在博士一年级时就开始了进入田野,其后,上课和阅读文献与田野考察这两条线一直并行展开。当然,当时的田野考察,还基本上处在由看、听、问、记等构成的初步阶段,是一个“悬置”先验的理论构想的开放性吸收阶段。带了大量的经验观察资料,她于2010年秋来到威斯康星大学麦迪逊分校访学,在这里阅读并揣摩自己的田野笔记,旁听一些社会学和传播学的课,阅读相关的文献,并与我讨论她对博士论文的构想。待到她同年底回程时,她已基本形成了博士论文的题目:以“家居营造”切入,呈现“家的诱惑与囚禁”。

这样的博士论文题目,在“新闻与传播学”的院系,显然有些异样。对于关注社会分层的社会学家或文化人类学家来说,在市场经济下,住房成为社会阶层区隔的标识,这并非一个新鲜的话题;甚至,人们在商品经济的场域中,通过购买或营造自己的住房而实现某种生活方式的追求、相应社会阶层的归属,这也并非一个未被触及的课题。这些领域的已有研究,为於红梅完成她的博士论文,提供了坚实的理论和经验基础。但是,於红梅的论文做了一项将这些领域的研究延展到传播学、把传播学的视角引入这些领域的工作。她的研究问题不仅在于家居如何标志居住者的社会处位、投射社会阶层的区隔,也不仅在于家如何成为“观念的实现”,而且在于家居如何通过人们的“营造”活动和他们对这些活动的讲述而成为在社会上流通的意义体系的一部分,在于人们如何通过消费各种文化产品(包括媒体的报道和发展商的营销宣传品)而获取家居作为能指(signifier)的意识形态和社会结构符码(codes),在于人们营造的

“家居”又如何成为镌刻了社会关系和意义网络的空间,并以此而成为他们展开其日常生活(包括被纳入其中的媒体使用和解读)的场所。

如此路径的探寻,一方面显示了传播学的社会和文化相关性(Hall, 1989);另一方面也呈现了“物质主义、非媒介中心”取向的传播研究(Morley, 2009)之可能。我这里引用霍尔和莫利,是因为在我看来,於红梅的博士论文,较多地吸收了英国文化研究的元素。她关注意义,因此以解读为基本的分析手段,但她更侧重于日常生活中的意义建构,其中包括她的研究对象在他们生活中的意义解读;她关注媒体,但她更侧重人们如何将媒体纳入他们的日常生活空间当中。这就涉及她从准备开题起就开始面对的一个棘手问题:“家居营造”如何是一个传播学的课题?我认为,她不囿于对传播学已有的通行想象,以意义生产和建构的“中介”为视角,对这个问题给予了一个令人信服而且有启迪意义的回答。可以说,她的博士论文吸收了一些“媒介民族志”(media ethnography)的元素(譬如,英国学者西尔弗斯通[Roger Silverstone]、莫利[David Morley],以及美国学者罗尔[James Lull]和墨菲[Patrick Murphy]等人的研究),至少就其指向而言,是关于家居营造中的意义生产的民族志。

於红梅的博士论文的一大特点是理论色彩浓厚。她运用了多个理论概念,来搭建她解读经验材料的“脚手架”,包括“空间性”“空间的社会生产”“场域”“区隔”“多声部的对话”“中介化”“文化杂合”等。这些概念来自不同学科,指向学科(甚至是社会科学和人文趋向)之间的交叉。通过对这些概念的运用,她在一部博士论文中汇聚了多位理论家,反映了一个博采众家、为我所用的态势。这么做,一方面是因为她的题目——“家居营造”过程中都市居民的中产归属和期许——落在多个学科的交叉处,这要求她吸收不同学科的理论资源;另一方面当然也使得她的论文阅读起来比较困难。但是,於红梅在这部论文中避免了概念的堆砌和理论引述的杂芜,而是建构了一个统一的论述结构。当然,有些概念可以阐述得更清晰一些,有些理论观点可以表达得更直白一些,有些理论和经

验观察还可联结得更加有机一些。

围绕“家居营造”，於红梅搜集了几种不同形态的经验资料：进入小区及居民住户的现场观察、对符合作为研究对象的上海居民的深入访谈、涉及中产阶层以及住房销售或装修的媒体文本等。她将这些不同类型、来自不同场景、关涉不同具体现象的经验资料，看作相互勾连、交织的文本，采取了文本解读的手段来分析。如果仅这么看，她并没有在方法上有什么创新。但是，她所搜集到的是不同主体、在不同场景、为不同功能/目的而生产的文本，而且，它们还具有不同的形态。有些，譬如家居或小区的空间格局，是实体的（或者更准确地说，是以实体为基础的研究者对自己的实地观察的记录），是访谈对象（主要针对家居空间）或开发商及政府部门（主要针对小区空间）编码实践的结果；还有一些是符号或象征的，其中又可区分为两类：一类是访谈记录，它是访谈对象在“访谈”这个特定社会交往情境下的言说；另一类是媒体的文本，包括新闻从业者生产的关于“中产”及其社会、文化特征的报道，以及开发商推销房产的宣传。访谈记录是研究者参与生产的文本，构成它的符码是“访谈”这个特定类型的社会交往的规则；而不同的媒体文本则遵循了反映文本生产逻辑的体制和专业符码。汇集这些不同类型的文本，要求研究者掌握两方面的技能。一个方面是分析文本，在其中，研究者既看到不同类型文本之间的区别（不仅是形态上的，而且是其建构的符码层面的），也看到它们相互之间的联结，以及由此而体现的共同符码。第二个方面是在分析基础上的逻辑和叙事重构，以形成论述的文本。於红梅的博士论文体现了这些展开文本分析的基本功，呈现出经验的保真（experiential fidelity）和逻辑的可信（logical credence）。当然，也有遗憾，这就是，她的经验材料中最好再多一些民族志的细节、鲜活和动态。那样的话，她的论文就可以再多些“深描”（Geertz, 1973），将抽象的理论概念所蕴含的意义呈现得更加充实、丰满一些。

任何一部博士论文都有遗憾之处，於红梅的也不例外。但是，采用一句俗语：瑕不掩瑜。她的博士论文是她学术之旅的初步。

这是一个非常扎实的起步！我期待着她继续的旅行，以及在旅途中的采撷。

潘忠党

2014 年 7 月 30 日

美国威斯康星州麦迪逊市

参考文献

- Clifford Geertz [A]. Thick description: Toward an interpretative theory of culture. In: *The interpretation of culture* [M]. New York: Basic Books, 1973: 3 - 39.
- Stuart Hall. [A]. Ideology and communication theory. In: Branda Dervin, Lawrence Grossberg, Barbara J. O'Keefe, & Ellen Wartella (Eds.), *Rethinking communication: Vol. 1. Paradigm issues* [M]. New York: Routledge, 1989: 277 - 294.
- David Morley. For a materialist, non-media-centric media studies [J]. *Television & New Media*, 2009, 10(1): 114 - 116.

目 录

绪论	1
第一章 家的想象和社会生产	12
第一节 “空间思维”(Spatial Thinking)的意义	13
一、社会和文化理论的“空间的转向”	13
二、传播学领域中的“空间”想象	16
三、空间维度和场所	18
第二节 “空间化”(spatialization)和日常生活实践	20
一、空间性和空间的生产	20
二、都市空间和日常生活实践	23
三、空间的区隔和日常生活中的家	26
第三节 社会分层和都市中产生活方式	29
一、中产阶级、中产阶层	29
二、当下中国都市中产的生活方式	31
第四节 中介化(mediation)和“家居”营造	34
一、媒介、传播和中介化	35
二、家居空间的营造和“对话的想象”	40
本章小结:家居的生产及中介	42
第二章 研究的场所和方法	45
第一节 上海:都市空间中的政治	47
一、上海城市空间布局和住房市场的演变	48
二、都市生活方式的转变和消费革命	53
三、“本真性”的宣称和空间格局建构中的政治	56

第二节 文化与社会分层	58
一、文化运用的物质性	58
二、消费与都市中产的形成	61
第三节 研究方法和样本的描述	66
一、研究方法的介绍	67
二、访谈对象样本的概括	71
本章小结：阶层归属和方法论的反省	74
 第三章 探寻上海居民住房所呈现的中产	83
第一节 上海中产生活方式素描	84
一、近代中产生活：被中断的老上海中产生活	84
二、当下上海中产生活：围绕住房消费的都市空间重构	86
第二节 上海中产生活方式与住房的媒介呈现	88
一、媒介话语与阶层建构	88
二、媒体文本的解读	91
三、媒体文本中的中产之家	100
第三节 作为文化地理“生态”的空间：居住小区及其 环境	102
一、古北瑞仕花园	104
二、浦东联洋年华	107
三、兰高小区和石库门旧居	109
本章小结：两类文本中的中产生活及差异性	111
 第四章 安家——社会流动的历史	114
第一节 中产生活方式的话语表述	115
一、中产生活方式	116
二、中产的价值标准和目标追求	125
三、中产的生存状态：心态或自我感觉	129
第二节 边界的穿越和社会流动	136
一、边界的穿越	138

二、上海人与新上海人之间的边界	146
第三节 从住房到家：寻找家的乐园	150
一、对上海的感受与想象：自我认同的表述	151
二、购房的故事	156
本章小结：家的想象与安家的实践	163
第五章 家居与主体表达	164
第一节 家居的想象与实现	165
一、家居经营的特征：个性、设计、时尚、现代	165
二、家居的实现：个体的主体表达	171
第二节 家中的媒体和媒体的家中使用	176
一、家居化(domestication)和中介化(mediation)	177
二、媒体的中介与联结	181
三、家对媒体使用的中介	189
第三节 家居空间格局与性别角色	194
一、性别空间和性别实践	194
二、家居空间格局和性别角色	199
本章小结：多视角中的主体表达	203
第六章 居家：在囚禁与诱惑中的追求	205
第一节 在国际大都市中的居家	206
第二节 居家的表意与表演	213
第三节 中介化和传播学的视角	218
第四节 自我的反省与希冀	222
主要参考文献	228
索引	236
后记	238

绪 论

在台湾长大,自称是外省人的陆文帆,1990年代中留学美国获得硕士学位后,回到母亲的出生地——上海,工作、创业。陆的外祖父曾是民国上海大洋行的买办,在上海置有十几处房产——如今的老洋房。也由此,陆文帆把购买位于静安区的一栋老洋房作为家居称为“缘分”。

1990年代初,从上海交通大学毕业后,籍贯四川的吴川芳与丈夫先后前往美国攻读硕士学位并获得美国国籍,2009年初随丈夫暂居上海工作生活。面对这座城市所发生的变化,尤其是在“无形的人的观念上”,吴川芳引用朋友的评语,觉得自己“观念上对中国的印象还停留在18年前”,好像“冰冻了18年”。

移民新西兰却又生活在上海的方斐,现在沪上某知名大学攻读博士学位,在言谈中她解释着自己的“新西兰情结”。

从音乐学院毕业后,在少年宫兼职并在家教授小提琴课程的乔亚莉,将自己的家居风格定义为“美式田园风”。她在访谈中更多地谈论家的温馨、舒适和对家人拥有各自空间的强调。

在这样的案例中,不论是循着家谱探寻过往的上海,或是重新回到并试图融入上海,或是对于当下上海的解读,再或是对温馨的家的装扮,关于“家”的故事,在这些讲述中逐一呈现。

——摘自访谈笔记

这些人是我的访谈对象。他们在不同的地点穿梭,编织着自己的生活空间。在这个穿梭与编织的过程中,他们使用不同的媒体和手段来表达自己的想象和追求,并使然这些活动所牵涉的社会关系

网络。他们的生活场景，犹如一张张蜘蛛网，“家”是中心。但是，这个中心又是不确定的。它是空间中一个可移动的点，但又不是一个既有的点，而是由他们所建构，譬如，上海人到了新西兰、来自四川而又移居美国的人再“回流”到上海。“家”，在当代社会，更契合了英国人类学家玛丽·道格拉斯所说的，是“观念的实现”（Douglas, 1991, p. 290）。

人人都想有个家。家是我们的归属。在社会学家们的视野中，家是社会构成的一个基本单元。在这个意义上，“家”指的是家庭（family），即建立在血缘、婚姻等基础上的结构性和建制性的社会单元。但本书所要分析的是家居意义上的家（home）。在这个意义上的家是每个人成长的场所、身心安定的港湾，也是理想与现实展开不断协商的场所。这样的协商，既体现于物质的层面（如家居的地点选择、空间的布局、物品的使用和摆放等），也构成象征的层面，是我们自我归属的表达、确认或期待。这两个层面相互交织，编成我们围绕着家及其营造的日常生活，书写我们每个人的“趋家性”（domesticity），即我们以家庭生活为轴心的生存趋向。这里的家庭生活的轴心角色，体现于人们区分并穿越家内和家外的空间，以及工作与休养生息的空间；也体现于构成公共与私人空间的规律性活动，比如回家和居家等；还体现在心理和情感上对家——其中，在绝大多数情况下，家庭和家居相重合——的想象和依赖，比如顾家、恋家、爱家、想家等。

家，既是“观念的实现”，也是观念的表达；既是我们生活的空间，也是我们表意的手段和载体。基于这样的认识，本书试图从传播学——对于身处具体社会场景中的人们如何表达、传递、共建意义并经过这样的过程而将其物化的研究^①——的视角，分析家的想象及营造这一社会文化现象，以探讨一个核心研究问题：在当下中

^① 对“传播学”尝试所做的这一概括，它容纳了凯瑞（2005）所概括的“传递观”和“仪式观”的基本元素，也容纳了政治经济学取向（如美国学者席勒等的著作）对物质维度的强调。如此的概括，适用于解析本书所针对的研究对象，也适用于本书所采纳的文化社会学（如 Couldry & McCarthy, 2004；Livingstone, 2009；Williams, 1995）的分析路径。

国都市中,拥有或者说期望(*aspire to*)拥有都市中产生活方式的个体,如何营造自己的家?通过对这一问题的传播学的探讨,我们还试图明确一个基本的理论基点,这就是,家既是个体自我表达的场所(*place*),又是获取中介化体验(*meditational experiences*)的场景(*context*)^①。由此出发,通过考察家的营造过程,本书将核心研究问题具体表述为如下两个相互关联的问题:第一,个体如何通过对家的想象和营造而表达自我?或者说个体的自我呈现如何得以物化于家这个空间,并使家成为表意的手段和载体?第二,个体在营造家的过程中,在他们对家这个空间的生产过程中,又如何挪用了中介化的体验,即通过媒体再现和广告营销的塑造而形成的想象?同时,他们在家这个空间所展开的日常生活,又如何受到家——这个经由中介化过程而生产的空间,一个物化了特定意义的文本——的中介?这两个问题相互交织并相互构成(*mutually constituted*),前者分析的是个体的自我认同(*self-identity*),后者则是实践的过程。

本书将经验考察的范围具体到上海,这一方面是出于研究的便利和对该城市熟悉程度的考虑,因为作者本人生活在上海;另一方面也是因为这座城市在时-空维度上呈现出多重的意义,包括其历史的特殊性(比如她在中国历史上所扮演的各种角色:连接中西的“桥头堡”,中国现代性的发源地,中国最西化的城市等)(参见墨菲,1986;李欧梵,2001,2002,2007;等等)和当下在全球化场景下的“上海(再度)崛起”(参见陈向明,周振华,2008,等)等当中所体现的“文化杂合”(*cultural hybridity*)——即不同文化体系相互挪用和交融的实践——的逻辑(参见於红梅,潘忠党,2011;Kraidy, 2002, 2005),以及基于独特的历史(熊月之,2008b)和全球化趋势下的现实语境,这座城市正经历着地方主义的新一轮想象(孙玮,2010)。上海的这些特征,为展开对上述研究问题的探讨提供了一个丰富的

① 国内已有的对于 *space*、*place*、*site* 等词汇的翻译并不一致且时有混淆。为了统一起见,论文中相对应的译文分别采用:空间(*space*);场所(*place*);地方(*locale*);地点(*site*);场合(*setting*);场域(*field*);场景(*context*)。对于在本书中有较多使用的“场所”与“场景”的概念,在第一章第一节中我会再做更为具体的区分。

话语资源库，一个经验考察场所的案例。

为了回答上述研究问题，我采取了人类学和文化社会学家通常采用的现场观察、深入访谈和文本解读的方法。

首先，我进入处于上海不同行政区的小区 and 住户家中，现场观察小区和住户家中的空间布局，获得对具体场景（包括小区所处的街道周遭、小区内和家居内的环境和布局）的直观感受。

其次，我与住户互动，对他们展开半结构式的深度访谈（semi-structured interviews），以获取他们对自我身份、家居营造、休闲和娱乐生活、社会交往等的自我描述和解读。

再次，为使对原始文本（参与式观察、访谈所得的来自外部世界的文本）的解读与更为宏观的结构性因素以及不同意义体系（meaning systems）相勾连，我还搜集了上海的都市规划、商品房的广告宣传、媒体对住房小区和中产生活的相关报道等文献资料，以期与观察和访谈的资料相互印证，挖掘其中的互文性（intertextuality），尽可能地减少对经验观察的文本分析中的主观任意性。

简而言之，本书所采用的研究方法，主要包括：① 参与式观察；② 半结构式深度访谈；③ 对相关文献资料的解读，包括媒体报道和房产广告。

家和家居营造

如前文所说，本书集中探究围绕家的营造而展开的中国都市的中产生活。那么，在传播学的范畴内，为什么要研究“家”？为什么要提出并回答上述研究问题？

对于家的考察，需要基于对“家是什么”这一问题的回答。不同学科的考察，提供了不同的答案。通常认为，家是一个场所，一个空间，一种感受和实践，或是一种存在状态（详见 Mallett, 2004）。也就是说，家不是单一的实体或想象，它是一个多面向的概念，是一个综合了物质与意识、实践（practice）与结构（structure）的理论抽象。在日常生活中，实体场所（住宅，dwelling unit）和社会结构（家庭，family）通过人们的实践而转换成为他们体验到的“家”（Kaika，