

沈文锋◎著

City Culture

城市 文化 与城市 电视台

City TV station

——以泉州为例



厦门大学出版社
XIAMEN UNIVERSITY PRESS

国家一级出版社
全国百佳图书出版单位



沈文锋◎著

City Culture

城市文化 与城市电视台

City TV station

——以泉州为例



厦门大学出版社
XIAMEN UNIVERSITY PRESS

国家一级出版社
全国百佳图书出版单位

图书在版编目(CIP)数据

城市文化与城市电视台：以泉州为例/沈文锋著 一厦门：厦门大学出版社，
2015.11

ISBN 978-7-5615-5696-2

I. ①城… II. ①沈… III. ①城市文化-关系-电视事业-研究-泉州市
IV. ①G229.275.73

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 186095 号

官方合作网络销售商：



厦门大学出版社出版发行

(地址:厦门市软件园二期望海路 39 号 邮编:361008)

总编办电话:0592-2182177 传真:0592-2181406

营销中心电话:0592-2184458 传真:0592-2181365

网址:<http://www.xmupress.com>

邮箱:xmup@xmupress.com

厦门集大印刷厂印刷

2015 年 11 月第 1 版 2015 年 11 月第 1 次印刷

开本:720×1000 1/16 印张:21 插页:2

字数:396 千字 印数:1~1 000 册

定价:40.00 元

本书如有印装质量问题请直接寄承印厂调换

序一

颜纯钧

沈文锋的博士论文即将出版，嘱我作序，一下子令我想起他在我身边读书做学问的那些日子。

沈文锋是读硕士学位时开始跟我的，那时我还在福建师大文学院教高年级的电影选修课。一百多个老师都在教文学，只有我身不由己滑入“旁门左道”，感觉被边缘化得挺厉害。在一些人看来，我是属于那种不务正业的，不知道的还以为是在文学上做不出什么名堂了，只好到别处去碰碰运气。后来好歹也评上个教授，领导一时想不出如何安置我，便在戏剧戏曲学硕士点下面设了个影视艺术方向，终于让我也有资格开始招硕士生了。也因为这样，我对那些主动报考我的学生，自是高看一眼；总觉得他们能来考，真的是非常看得起我。当时沈文锋来报考，自己先是有点奇怪：一个学工科（电视工程专业）出身的人，怎么就对影视艺术感兴趣了？也许是来混张文凭的吧？当然他在泉州广播电视中心工作，说没关系毕竟也擦了点边。沈文锋最终能考上，当然还是靠成绩的排名。不管愿意不愿意，成绩上了线、排名在前面，当然也就没理由不录取。没想到进来以后，他果真刻苦地学起原本相当有隔膜的影视艺术来了，甚至硕士毕业没一两年又坐不住了。正巧那时我又在福建师大文学院的文艺学博士点有了个导师身份。沈文锋来考时，我照样信心不足，私底下觉得一个学工科的人，能弄个艺术学硕士就该满足了，哪有可能再往高处去呢？更何况当时的福建师大文艺学博士点，有孙绍振、南帆、刘登翰等国内著名的学者担任导师。凭这几个响当当的人物，即便福建师大只是个省属高校，但这个文艺学博士点却毫无疑问处于全国最高水平。一开始我就担心，沈文锋即便能考上，将来论文答辩也免不了要和这几个名家较劲，我真的很怀疑他能否扛得住轮番的冲击。没想到，小沈居然就考上了。那几年他事业的发展正碰到瓶颈，在这边读书做研究又压得透不过气来，但他还是选择默默承受，从未听他抱怨过什么。后来他的毕业论文写得相当艰苦，毕竟知识基础不太一样，有时领悟起来就比其他人要更加困难一些。忘了为这篇博士论文，他和我深入沟通了多少次，又费了多少唇舌，只记得不管在我这里如何被挑剔、被批评，他

总是频频点头称是,回去没多久,一个新的篇章就又出现在我面前。他就是凭自己一股不服输的精神,一步步咬牙挺了过来。答辩时那一番唇枪舌剑,虽很难再记起细节,但顺利通过后我确实大大松了一口气,不由得对这个工科出身的文艺学博士刮目相看。

到泉州广播电视中心工作后,沈文锋仍负责广播电视的宣传工作,但做研究的热情丝毫不减。他不时会打电话过来,说他的某篇论文发表在专业刊物上了,他的某篇论文又在省广电协会、省电视艺术家协会的评奖中获奖了。我当然也很替他高兴,进而明白他实在不是为一张博士文凭投到我门下的:他有自己的执着追求,只是没有明说而已。这之后,沈文锋的工作几经调动,最后又回到泉州广播电视台。忽然有一天,他到福州来找我,一进门就拿出一大沓打印稿递给我,说想把博士论文拿去出版。沉甸甸的文稿颇有些分量,上面红蓝黑的批注密密麻麻,显然是一再改动和添加的结果。不难看出,虽然工作更加繁忙,压力倍增,但这几年他丝毫没有放弃自己的梦想。这一大沓打印稿,单从篇幅上来看比他原先的博士论文扩充了将近一倍。我多少感到吃惊,这是多少个不眠之夜留下的成果,恐怕连他自己也很难说得清楚。这里面,不仅有刻苦的精神,更有一种实干的毅力,既要目标明确又要持之以恒。我略略翻了一下目录,发现书稿中居然有部分内容是原先的博士论文中没有的,像“流变的框架”这一章,几乎就是重起炉灶。关于加拿大社会学家欧文·高夫曼(Goffman)的著作《框架分析》(Frame Analysis),坦率地说是在我的知识领域之外的。很明显,这个学者的理论被沈文锋拿来作为对城市文化与城市电视台之间关系分析的一个工具——我意识到,在博士毕业后的几年中,沈文锋仍在如饥似渴地吸取知识的营养——我实在没有理由再去质疑他的工科出身了。

从一开始,我就觉得《城市文化与城市电视台》是个不错的论题。一方面,中国特殊的四级办电视的做法,造成了竞争的异常激烈,越底层的电视台越受到各种限制和挤压,甚至也不在学者的研究范围之内。另一方面,泉州这个历史文化古城,其深厚的文化积淀又确实给城市电视台的发展提供了空间、资源和受众等方面的优越条件;在这种情况下,城市电视台也理应对城市文化的发展做出自己的贡献。就沈文锋个人而言,这正是他有可能发挥自身优势、降低研究和写作难度的地方。他从小生活在这座城市中,所以熟悉这座城市的文化;他长期从事广播电视工作,所以也熟悉这座城市的电视台。对他来说,有关城市文化与城市电视台的关系不仅是个理论问题,更是个实践问题。他的工作每时每刻都离不开这组关系,每时每刻都要去面对、协调、处理这组关系。这就使得他的研究一开始就建立在感性的基础上,并且容易获得研究所需要

的事实和数据。相对而言,理论文献的积累和运用是他做研究的短板,但他确实付出了极大的努力,也在这个过程中不断得到改善和提升。我还记得自己当初对论文中涉及的“文化政治”这个概念有点反感,就信口开河地说很少在文献中看到。他竟蛮有信心地说有这个概念,而且有不少相关的文献。这时候我只能选择闭嘴,也暗暗地为他在这方面的努力感到高兴。待以时日,我相信他在理论的学习和运用上会更加娴熟、自如和富有活力。在这篇论文中,我最欣赏的是“新泉州人”和“民间影像”的两个部分。这是泉州电视台为泉州这座城市的新文化贡献最大的地方,也是它发挥自身优势的地方,更是它着力于构建传媒公共领域的地方。这些年来,电视台作为宣传喉舌,一直更多地为公共权力服务;迫于日益严峻的生存压力,也不得不为商业资本权力服务。在相当大的程度上,民众的文化权力都是受忽视的。在这一现状下发展起来的的城市文化,当然不可能具备名副其实的公共性。鼓励外来的民工融入城市生活、鼓励民间人士参与影像创造,这两个着力于赋予民众文化权力的重要举措,确实是泉州电视台的经验,也确实值得好好总结。城市电视台最贴近基层,也最贴近民众,它对城市文化的回应也最迅捷、效应也最显著——相信这两个问题,对更多的城市电视台都具有借鉴意义。

不安于现状,不甘于寂寞,这是沈文锋留给我的基本印象。文章不厌千回改,他的博士论文在决定要出版之后,已经反复修改了许多遍。每一次改完之后给我看,待我提了意见后他又很快再改一稿呈过来,似乎一点都没有停步的意思。所谓“丑媳妇总要见公婆”,因为接受了泉州市优秀人才培养专项经费的资助,这本书已不可能没完没了地改下去。这一次我终于下决心不再提意见了。一来是因为时间不再允许,二来是再挑毛病就永没有出版的可能了,三来是限于学识和修养,并不是所有的缺漏都可以立即得到弥补,有些还要借助更长时间的学术积累。与其如此,倒不如先把它奉献出来,既接受现实的检验,也领受学界的批评。这是更有效的讨教方式,以及进一步修改、补充和完善的机会——当然不是靠我个人,而是靠更多的人、靠产生这篇博士论文的这个时代。

2015年4月23日于福州寓所

序二

郑家建

本雅明曾区分了两类讲故事的人：水手与农夫。与之相应，故事也分为两种：水手的异域奇谭和农夫的本乡掌故。随着新技术巨大威力的释放，这两种讲故事的人，连同作为“经验”的讲故事的方式，一并濒于消逝。从一战战场上归来的人们的沉默中，本雅明发现“经验贬值了”！本雅明所讨论的20世纪初的情境，似乎在历次媒介技术变迁中，均能得以印证。事实上，当代媒介批评理论提出的所有问题，在人类媒介史的起点处就已浮现。

媒介技术的革新背后是知识范式的更新。继口头传播之后，印刷媒介不仅将传播与接受实践从具体的时空限制中解放出来，更重要的是，它在早期近代全球现代性生成过程中发挥了不可替代的推动性力量。欧洲的文艺复兴、宗教改革和启蒙运动，若没有印刷术的介入是不可想象的。正因为如此，培根在《新工具》中，把印刷术列为“三大发明”（其他两项分别是火药和罗盘仪）之首。众所周知，作为现代性两大基本要素的民族认同和市民社会，其胚芽的形成也得益于印刷媒介构建的“想象共同体”和“公共领域”。在B.安德森和哈贝马斯的论述中，我们看到“经验”早在印刷媒介时代就已经不可挽回地式微了。通过阅读报纸和小说，人们就可以想象一个共享共有的时空和彼此关联的日常。尽管这种感知是空洞、抽象的，但它却深刻地塑造出一种社群身份。在这里，我们隐隐看到了麦克卢汉“人的延伸”和鲍德里亚“现实戏剧化”的理论雏形。张爱玲曾感性地解释过这种生存状态：“像我们这样生长在都市文化中的人，总是先看见海的图案，后看见海；先读到爱情小说，后知道爱；我们对于生活的体验往往是第二轮的，借助于人为的戏剧，因此，在生活与生活的戏剧化之间很难划界。”仅依赖阅读，人们足不出户便知天下事。“经验”不再重要，水手和农夫的区分也失去了现实意义。

人类制造媒介，媒介制造现实。19世纪中后期无线电、摄影术的发明，以及20世纪上半叶电子摄像管技术和电视台的出现，均为人类媒介史上的关键历史节点。自此，人类社会迈进了音像传播时代。音像传播在高度强化印刷媒介带来的“人的延伸”和“现实戏剧化”感知方式的同时，对人类日常生活方

式的重组力度远远超过了印刷媒介。音像传播的“机械复制”性质,使受众必须改变既有的“静观”审美习性,即接受过程的可回味、往复、中断、重启等特征,转而适应一种单向、被动、线性、不可逆的“震惊”体验。“机械复制”对“灵韵”的摧毁,使受众面对自己“熟悉”的音像世界,即使是在对之投以深情的凝视之时,冷冰冰的音像传播设备和机器依然无动于衷,不予反馈。与此性质相适应的,是一种支离破碎的感知方式——这与音像时代无情的效率和经验的危机同源同构并相辅相成。这种感知方式在型塑人类日常现实的同时,人类日常现实也投射在新媒介的意义生产中。D. 波特认为,只有电影出现后,人们才能看到从前只有情人或母亲能够看到人的脸部特写。无独有偶,L. 孟福德则指出,肥皂剧向公众开放了最亲密的私人领域。言外之意,音像、影视媒体的出现,模糊了私人领域与公共领域间的界限。如果说,“波湾战争不曾发生”(鲍德里亚)有一定道理,那么我们也完全可以说“私人领域不曾存在”。

虚拟与现实、公共与私人、身体与符号等二元对立项之间的疆界在媒介技术发展中,总是被无限地重新定义、协商。随着网络媒介的兴起,比特(bits)传播整合甚至取代了音像传播,既有的跨越疆界的努力达到了前所未有的深度和广度。数字媒介技术给人类日常生活带来了覆盖性冲击,而这种冲击本身就已经包含了对传统媒介的改造。在这一脉络中,我们看到了电子阅读、网上冲浪、虚拟空间、体验经济、远程传输、数字电视、无人战机等数字化情境。R. 威廉斯指出,高技术可以扩散低等文化,这个判断包含了媒介民主的可能。原本处于边缘位置的传播方式,依赖新的媒介技术的支持,比如,具有数码拍摄功能的联网手机、iPad、iPhone、Youtube、Flickr、GPSS 等等,对现实进行捕捉、上传、共享、复制,实现点对点地全球共时性流动、传播,致使媒介表征中的“时差”(time lag)消失,形象与现实、原本与摹本之间的区分不再有意义。现实中发生的任何事件,都可以被即时影像化并共时分享,影像与现实相比较,已不再属于第二性的了。柏拉图的经典命题不再有效。于是,福柯式的捕捉和禁闭瞬间即可转换为德勒兹式的流动和逃逸。但是,电子媒介尤其是数字媒介崛起,带来的还不仅仅是媒介民主,同时更有“庞然大物”(海德格尔)和“世界标靶”(周蕾)制造的压抑性体验。虽然计算机网络等新媒体造就了许多自由表达的机会,但它们对人类的监控力度也有增无减,比如,“人肉搜索”、“棱镜事件”等,都标志着私人空间的极度压缩和全景敞视的有增无减。从这个意义上看,乔治·奥威尔的“大洋国”已经改头换面,而其治理模式却从未远去。

在对人类媒介发展史的简要勾勒中,我们可以看到,媒介的根本意义落在对人类日常生活的重塑层面。媒介技术日新月异,人类似乎在媒介中得到

无限的“延伸”——一部小小的智能手机瞬间便能够带着我们走遍千山万水、穿越千秋万代。“远行人必有故事可讲”，这句谚语被现代媒介技术有力证伪了。

伴随着本雅明意义上的“经验”的消逝，人类世界日益走向平面化，虚拟渐次构成现实。在“经验”的尽头，是“乡愁”的开端。此时，我们深刻体验到了“故园已废”、“无家可归”(unhomeliness)——人类比任何时候都更加想念“故乡”，想念“真实”。本雅明描述的“壁炉前，悠悠地给儿孙讲故事听”的情景，比任何时候都更有吸引力。乡愁生成匮乏，匮乏导致言说。只有离开故乡，才能了解故乡，该悖论要求人类必须策略性地重构“经验”和“真实”，以维持符号秩序的幻觉。此刻，电视就扮演了新的“讲故事的人”的角色，它兼具了水手与农夫的特质。电视的非移动性，使其与物质形式的“家”勾连在一起；同时，电视节目的相对稳定性以及与家人的共享性，使之带来的“人的延伸”过程好比聆听水手或水手的故事，给人安适、温暖的感觉。在异乡黄昏的街头，熟悉的公共电视节目的片头音乐，总是能够触动我们内心最柔软的部分。电视成为我们目前唯一一个能够克服电子媒介带来的流动性和不确定感，并帮助人类策略性地重返“经验”、寻找“家园”的媒介机器，尽管它也无时无刻不在参与着对人类“经验”的有力贬斥。因此，电视对当代人的日常感知和身份塑造有着不可低估的意义。

当代的“经验”与知识领域均在发生着一场深入的“文化”转向，该现象自1990年以来愈演愈烈。电视参与的媒介场域及其符号实践同样是一个文化过程。在这个意义上，沈文铎博士的《城市文化与城市电视台》的知识贡献正好体现在其学术实践与当代学界之间的想象关系上。该书从泉州城市身份意识构建切入城市文化实践与电视媒介效力关系的探讨，可视为地域文化研究的一次前沿思考。从知识谱系来看，《城市文化与城市电视台》吸收了当代媒介批评和文化研究的理论成果，但其分析框架又建立在对泉州地方第一手文献资料细致梳理的基础上。比如，该书涉及了作为“新泉州人”的外来务工人员身份与权力、闽南方言的保护、泉州传统生活方式的变迁等诸多个案，每个个案中都包蕴着当代中国地域文化构建中所面临的问题与困境。上述两个层面的努力，使该书既具有开阔的学术视野，又兼备深沉的本土关怀。

衡量一项研究的根本尺度，不在于其讨论了何种现象，而在于其回应了什么问题。《城市文化与城市电视台》的真正亮点和价值其实还不仅仅体现于这种跨领域的论述能力上，而在于其敏锐的问题意识和深远的知识关切。

作为区域的泉州，在全球史述中，至少可以追溯到蒙元欧亚大旅行时代。成吉思汗及其子孙们从草原腹地掀起的风暴带来了意义深远的“蒙古和平”。

自此,欧亚文明联结为一体,马可·波罗一家人带着忽必烈汗御赐的金牌,竟可以安然无虞地在威尼斯和泉州(当时名为刺桐)之间来回往返。泉州港在16世纪达到了其命运的巅峰,在名为“海上丝绸之路”的交通网络中具有极为重要的战略地位,它曾沟通了地中海、红海、阿拉伯海、波斯湾、印度洋和中国海。从9世纪到16世纪,无数的中国人、马来人、印度人、阿拉伯人、波斯人、突厥人、欧洲人在这里从事商业活动,无以计量的中国丝绸、茶叶、瓷器,印度、阿拉伯的香料(包括防腐剂、调味品、芳香剂和药材),波斯的手工艺品、铜器与银器,突厥的皮毛,埃及的玻璃制品在这里上船或登陆。但是,随着16世纪伊比利亚人的海外扩张,这个交流网络逐渐为新的现代世界体系所取代,泉州港不可避免地衰落了。

当代中国将与东南亚国家共建21世纪的“海上丝绸之路”,其现实意义在于重建千年“海上丝绸之路”的文化关联,探寻世界和平新秩序的可能性。福建曾经是“海上丝绸之路”的起点,泉州港则是这个交通网络的中枢,其地缘政治意义自然不在话下。《城市文化与城市电视台》研究电视传播对泉州乃至闽南文化构建的策略,真正回应的是区域如何担当重建“海上丝绸之路”的文化使命问题。该研究对盘点重建“海上丝绸之路”所需的思想资源具有重大借鉴意义。可以说沈文锋博士的大作《城市文化与城市电视台》,完美地综合了基础研究和战略研究,而压在纸背的则是一位人文学者可敬可佩的担当意识。

我和沈文锋博士交往多年,从他睿智的思考与话语之中,获益良多。因此,在我看来,此书的出版,其意义不仅仅在于他完成了一次思想的自我接力,更重要的是书中许多富有创见的论域,在既有的知识和传统中开启全新的对话与可能。

与文锋兄共勉,一如既往。

2015年5月于福州

前言

2015年5月1日起,在美国纽约时代广场最醒目的LED屏上播放的泉州城市形象宣传片,展示了开元寺、清净寺、洛阳桥、南音、木偶等泉州丰富的“海丝”文化元素,所有文字介绍均由中英文双字幕显示。2014年初,“东亚文化之都·泉州”电视形象片就曾惊艳亮相纽约时代广场,而此次视频时长更长,内容更加丰富,融合了历史与现代,展示了“海丝”起点城市——泉州的风貌。这次播映也是泉州市政府与泉州本土企业携手,响应国家“一带一路”政策号召进行的城市和企业联动的宣传。纽约时代广场是世界上最繁华的城市商业街区之一,这里广告林立,被称为“世界的十字路口”。在这个举世瞩目的平台上,世界人民将更多地了解泉州这座富含东方文化底蕴的城市,以及诞生于泉州的优秀民族体育运动品牌。企业认为,正是泉州开放包容的海洋文化气息和数百年海上贸易的传统,造就了泉州企业家开拓和拼搏的性格,也才有泉州企业走向世界打造国际品牌的信心和底气。因此,将泉州“海丝”形象片与企业品牌结合,具有双赢的传播效果。但是企业家并没有意识到,这部清新、婉约的“海丝”宣传片,在纽约时代广场这个“世界的十字路口”与国际上那些张扬个性的广告视频的PK中,为什么依然能够抢眼。这部由泉州广播电视台制作的简短影片,无疑是近年来,这个“海丝”起点城市的电视台所摄制的有关泉州城市文化形象的巅峰之作。

泉州,这座历史文化名城,其古老的文明在现代化、城市化快速发展的当下正在焕发生机和活力。继圆满完成首届“东亚文化之都”的各项活动后,在2014年11月26日“海上丝绸之路艺术节”(东亚文化之都·2014泉州“丝海扬帆嘉年华”)系列活动开幕式上,泉州从第十三届亚洲艺术节(Asia Arts Festival)承办城市昆明手中接过会旗,将于2015年承办第十四届亚洲艺术节,昭示着泉州担负的促进亚洲艺术发展繁荣、推动中国与亚洲其他国家文化合作与交流的使命之旅已经开启。从这些国际性的文化活动中可以看出,泉州正在从注重对本地文化的发掘和原汁原味地继承,到成为对外传播中华文化并吸收他国优秀文化城市的转变,这也正是泉州作为“海丝”起点城市,其历史和文化包容性在当下的延续。从泉州台所制作的城市宣传片中可以看出,

城市电视台在记录一座城市的历史发展中有着得天独厚的优势,其自身的演变轨迹反射出城市经济文化发展对电视台所具有的影响;同时,有着厚重历史沉淀的泉州,让浸染其中的当地主流媒体泉州广播电视台,在拍摄制作城市文化题材时有着广阔的发挥空间。

如果说,泉州文化的崛起为泉州社会发展提供不竭动力的话,那么由这个话题引起的、本文试图讨论的是城市、城市文化与城市电视台是何关系?城市又如何为城市电视台的发展提供动力?

目 录

第一章 城市日记:城市文化建构	1
第一节 理解文化	2
第二节 城市文化	8
第三节 城市的电视台	12
第四节 替代性主体	21
第五节 城市文化日记	28
第六节 泉州文化和泉州电视台	34
第二章 竞技场:传媒意识形态	45
第一节 马克思主义意识形态	46
第二节 意识形态与主体建构	50
第三节 消费主义文化控制	56
第四节 新闻理想	66
第五节 意识形态竞技场	77
第六节 角色变迁	82
第三章 流变的框架:民主与民生转向	91
第一节 成就框架	93
第二节 舆论监督框架	106
第三节 “两会”框架	112
第四节 从慰问框架到救助性框架	123
第五节 救助性框架中的媒体角色分析	133
第四章 “新泉州人”:农民工身份迁徙	144
第一节 “农村包围城市”	144
第二节 替代者框架	149
第三节 农民工身份危机	152
第四节 文化权力全面提升	166
第五节 文化扩权路径	180

第五章 “乡愁”:传统符号的当代诉说	185
第一节 传统的新能指	185
第二节 远去的“市声”	189
第三节 重构传统	194
第四节 方言再发现	202
第五节 文化危机	210
第六节 构造“大文化”系统	218
第六章 民间影像:市民与城市的对话	229
第一节 民间影像	230
第二节 职业化之路	236
第三节 “草根 DV”现象	244
第四节 尴尬的身份	251
第五节 科技文化权力	255
第六节 微电影传播与网络文化	258
第七章 公众身份:培养公共意识	265
第一节 公共领域与大众传媒	265
第二节 消费中审美	268
第三节 起于意识形态,止于意识形态	275
第四节 公众身份建构	283
第八章 平台时代:走向媒体融合	293
第一节 平台	293
第二节 平台价值	298
第三节 重构媒体	304
第四节 文化+	308
主要参考文献	312
后记	319

第一章 城市日记:城市文化建构

改革开放以来,中国的城市化得到了快速的发展,据中国科学院《2012 中国新型城市化报告》显示,2011 年的中国内地城市化率首次突破 50%,达到了 51.3%。报告称,中国城市化率突破 50%是中国发展进程中的一个重大的指标性信号,它必将引起深刻的社会变革。^①得益于“四级办广播电视”的政策^②,几乎每个城市都拥有自己的电视台(广播电视台),习惯上称为“城市电视台”或“城市台”(文中统一称为“城市电视台”)。由于地级市在城市总数中占据较大分量,且自 1999 年底国家停止“四级办台”后,县级播出机构以转播为主,故本文所研究的城市电视台指地市一级和部分副省级电视台(广播电视台),包括省会城市、计划单列市和地州盟电视台(广播电视台)。根据国家广电总局网站公布的信息统计,截至 2015 年 6 月,城市电视台共计 334 家^③,与中央台和省台一起,形成了三级电视播出机构“四级化”(央视各频道、省级卫视、省级地面频道和地市级各频道)的收视格局,一起分割了国内绝大部分收视市场。

然而近几年来,在央视和省级卫视的不断挤占下,城市电视台的收视份额此起彼伏。央视、省级卫视、省级地面频道和以地面频道为主的城市电视台收视份额分别从 2011 年的 26.5%、30.9%、23.2%和 11.6%^④,变成 2014 年的

① 参见孙自法:《中科院报告:中国内地城市化率已突破 50%》,http://www.chinanews.com/gn/2012/10-31/4290659.shtml,2012 年 10 月 31 日。

② 1983 年,第十一次全国广播电视工作会议第一次在历来的“广播工作会议”的名称上出现了“电视”,这次会议上制定的“四级办电视”的政策大大调动了地方开办电视台的积极性。

③ 详见广播电视播出机构及频道频率名录(截至 2015 年 6 月),国家新闻出版广电总局网站,http://www.sarft.gov.cn/art/2015/7/8/art_69_27383.html。

④ 参见陈晓洲、周欣欣:《2011 年电视市场观察》,《收视中国》2012 年 2 月刊,http://www.csm.com.cn/index.php/knowledge/showArticle/ktid/1/kaid/742.html。

29.5%、32.6%、20.1%和9.5%。^① 三年间,央视的收视份额上升了3个百分点、省级卫视上升了1.7个百分点、城市电视台则下降了2.1个百分点。调查同时也表明,收视份额高、竞争力强的城市电视台,“多来自地域文化特点鲜明或本地经济发展水平较高的地区”^②。据了解,竞争首届“东亚文化之都”(简称“文都”,下同)的国内十个城市的城市电视台2013年在当地的收视份额均达到11.1%以上,超过了全国城市台的平均水平,前三甲分别为苏州台(42.6%)、泉州台(29.3%)和青岛台(22.7%)。2013年8月26日,文化部在国家博物馆举行中国首届“文都”评选终审活动,这也是亚洲首次分别由中、日、韩三国各自评选出能代表东亚文明的“文都”。泉州与苏州、杭州、青岛、武汉、西安、黄山、济宁、咸阳、桂林等共十个历史文化深邃、文化气质饱满的城市在竞争中脱颖而出。期间,泉州广播电视台(与下文中的“泉州电视台”统一简称“泉州台”)制作的申报片发挥的作用可圈可点,仅十分钟的视频就用翔实的史实资料和图文数据,吸收泉州久远而国际化的符号元素,为现场的专家学者、新闻记者和与会人员打开了这座厚重深远的文化宝藏,展示了泉州人自觉坚守的文化情怀。特别是申报片中三幅包含泉州传统文化经典、决定泉州文化政治元素以及体现政治意识形态且重视、关心祖国文化遗产的画面,进一步验证了泉州文化在福建文化乃至中国文化中的地位和重要性。显然,“地域文化特点鲜明”表明,地域文化或城市文化正在成为拉动城市电视台发展的无形之手。本章通过讨论试图要明确的是城市文化与城市电视台的关系,即城市把城市电视台作为自己的文化符号,反过来,城市电视台为城市文化发展记日记。为此,我们需要从最基本的概念入手,即从对文化的理解来开启我们的学术旅程。

第一节 理解文化

自从“文化”的概念诞生以来,文化的定义数以百计。关于“文化”的研究表明,“文化”概念起源于哲学和文学两大传统,这两大传统都在确认文化与个人以及社会发展的内在联系。在哲学传统中,亚里士多德(Aristotle)的“真善

^① 参见王钦:《2014年电视收视市场回顾》,《收视中国》2015年2月刊, <http://www.csm.com.cn/data/editor/pdf/553dc8f680687.pdf>。

^② 陈晓洲、周欣欣:《2011年电视收视市场观察》, <http://www.chinamedia360.com/newspage/20120516/C65CB386FA1A4849.html>, 2012年5月16日。

美”、洛克(John Locke)的“白板理论”(Tabula Rasa)、福柯(Giovanni Battista Vico)的“知识考古学”(archaeology)和边沁(Beatham)的“功利主义”,以及在文学传统中,从“湖畔派诗人”柯尔律治(Cloeridge),到苏格兰历史学家、哲学家和评论家卡莱尔(Thomas Carlyle),再到英国 19 世纪文学思想家阿诺德(Mathew Arnold)的学说,都显示出文化是一种理性进程,同时又是从两极分化(比如对柏拉图来说,理性代表一种新生的“内在的”高雅,但对阿诺德则变为工业化时期的“外在的”和“机械的”形式)并最终走向人类自我完善的历史轨迹。^① 文化概念的多样性足以说明文化在社会发展中不可或缺的作用,以至于不同学者、不同研究流派分别从各自的甚至是矛盾的角度对文化进行阐释。因此在研究之前,有必要对与本文主题密切联系的关键概念“文化”的内涵进行深入而明确的解析,从而有助于确立文化的解释框架(关于框架的讨论见第三章)。

首先,文化是人化,人的存在决定了文化的存在。没有人,文化便成为了无源之水、无本之木,正如“皮之不存,毛将焉附”。“并没有独立于文化之外的人性存在。如果缺乏文化,人类就不会成为高定(Golding)《苍蝇王》(*Lords of the Flies*)书中,恢复了动物智慧的野蛮人;他们也不会是启蒙时代原始主义所指称的自然贵族,甚至也不会像古典人类学理论所暗示的那样,是具备天赋但却不知为何无法找回自我的猿猴。”^②可以断言,因为有了人,一切与人有关联的物质、精神方面的东西都是文化。这一点可以以自然与风景的关系来进一步解释人在文化中的作用。正如在没有被人发现之前,自然只是自然,只是一种存在。当有了人的观赏和审美的時候,这些自然才成为风景。从自然到风景,其中的关键作用正是人类的参与。在这个解释框架里,人被视为文化的主体,文化成为一种人的行为或实践,从而赋予行为对象及行动本身以意义,并由意义进入到非物质层面,占领人们的精神世界。这就是文化的过程。它同时也说明,文化既是名词,也是动词(文化在作为动词时也被称为“文化化”),体现的是历时性和共时性的统一。文化成为联系人类与社会、人类与自然、物质与非物质领域的方式,是因人而展开的一切东西。所以谈论文化实际

① 参见[英]Chris Jenks:《文化》,俞智敏、陈光达、王淑燕译,台北巨流图书有限公司 2004 年版,第 16~44 页。

② C. Geertz, *The impact of the concept of culture on the concept of man*, in J. Platt(ed.), *New Views of the Nature of Man*, Chicago: University of Chicago Press, 1965, pp. 112~113. 转引自[英]Chris Jenks:《文化》,俞智敏、陈光达、王淑燕译,台北巨流图书有限公司 2004 年版,第 16 页。