

Mei Jie Zhi Jing Yu

Xiu Xian Shi Dai

媒介之镜与休闲时代

宋妍 著

 辽宁教育出版社



媒介之镜与休闲时代

Mei Jie Zhi Jing Yu Xiu Xian Shi Dai

宋 妍 著

 辽宁教育出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

媒介之镜与休闲时代/宋妍著. —沈阳: 辽宁教育出版社, 2009.3

ISBN 978-7-5382-8217-7

I. 媒… II. 宋… III. 传播媒介—关系—文娱活动
IV. G206.2 G241.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 025373 号

辽宁教育出版社出版、发行
(沈阳市和平区十一纬路 25 号 邮政编码 110003)
辽宁美术印刷厂印刷

开本: 880 毫米×1230 毫米 1/32 字数: 200 千字 印张: 7 $\frac{3}{4}$
2009 年 3 月第 1 版 2009 年 3 月第 1 次印刷

责任编辑: 杨晓非 吉 睿 责任校对: 小 沫
封面设计: 刘玉琛 版式设计: 熊 飞

ISBN 978-7-5382-8217-7

定 价: 25.00 元

献给我的母亲曲毓燕

序

宋妍博士的著作《媒介之镜与休闲时代》就要出版了，这本书是在她的博士论文的基础上拓展而成的。在中国人民大学攻读博士学位期间，宋妍师从我国著名的新闻学传播学者成美教授，我有幸参加了她的博士论文的开题、评阅和答辩的全过程。在这个过程中，宋妍对媒介功能、大众文化特别是休闲文化的研究热情以及在该领域的独特思考，给我留下了极为深刻的印象。

本书是宋妍博士数年研究心血的结晶。这本书的核心内容是考察传播媒介和休闲文化的关系问题。我们目前处在竞争激烈的市场经济时代，在紧张的生活节奏和诸多不确定性的压力环境中，休闲活动的意义已经不再是过去狭义的“消遣”，而是作为社会成员不可或缺的精力和体力“再生产”机制被赋予了新的含义；与此同时，大众传媒在提供休闲内容、引导休闲消费和休闲文化方面应该发挥什么样的功能和作用，也就成了媒体界和学界应该认真思考的重要课题。宋妍博士的这部著作，可以说在这方面做了有价值的探索。

在现代社会，休闲文化属于大众文化的一部分。在文化研究领域，关于大众文化的批判和争鸣始终存在，积累了丰富的思想成果，法兰克福学派和伯明翰学派等众多知名学者的剖析和洞察，更使得媒介文化和大众文化成为社会各界的热议话题。《媒介之镜与休闲时代》这本书可以看成是这种批判性思索的继承和延续。

在阅读本书书稿的过程中,我觉得宋妍博士对大众传媒如何与人类自我完善相结合这一问题表现出浓厚的学术关心,这也构成了她的一个独特的研究视角。中西方媒介理论中不乏涉及媒介与休闲关系的精辟之作,在中国浩如烟海的文化宝藏中,也有很多对于休闲与人生的终极理想的感悟。本书最令人感慨的,就是自始至终隐藏在文字背后的对于理想的追问。本书第一部分就是在唤醒理想,大众并不代表平庸,娱乐并不意味认同。无论是当代如火如荼发展着的大众传媒,还是由其传播的大众文化,在某种意义上都“行走”在追求理想的道路上。

文化是一个国家的立国之本,是一个民族的延续之魂,也是每一个人安身立命的精神之源。在当代社会,大众文化的崛起并且全面进入到整个世界的各个环节,伴随着大众文化的繁华而来的,是社会大众自我意识的觉醒和追求自我价值实现的热情的勃发。在新传播技术允许每个人参与文化创造的今天,我们会处处感受大众文化的袭人热浪。

随着社会生活水平的提高,大众自我实现的一个重要出口就是对于休闲水准的要求。大众休闲,作为一种新的社会文化现象,对于社会的政治、经济、文化等各个层面都越来越起到至关重要的作用。本书站在时代发展的大潮中,将休闲研究与媒介文化研究结合在一起,以大众传媒的当代发展作为研究的立足点,研究由此引发的当代社会休闲文化的特征、问题及未来发展走向,创新见解随处可见。目前,从大众传媒的视角研究系统研究媒介与休闲之间关系的专著并不多,宋妍的这本书应该是一本潮头之作,体现了作者敏锐的学术眼光和兼收并蓄的学术精神。

在当代社会,大众的休闲生活以及其践行的休闲文化都与传媒有着千丝万缕的联系,大众传媒在当代休闲文化的生产中扮演着“主流”角色,并深刻影响着现代人的休闲生活。

在考察这个问题之际,本书首先考察了当代传媒发展与受众休闲需求之间的关系,并试图揭示这种关系背后隐含的文化与社

会的深层背景，接着分析了媒介娱乐内容与大众文化之间相生相伴的复杂结构，对休闲文化在传播效果做了具有开创性的研究。在这个论述过程中，作者引入了社会学、舆论学等学科的相关理论，结合社会发展的现实情境，充分肯定了当代大众传媒对于发展休闲文化所作的贡献，尤其是对当代媒介娱乐内容与受众主体性之间关系的分析，鞭辟入里。

值得一提的是，作者揭示了在消费社会的大背景下大众休闲文化具有消费属性的宿命。大众传媒的商品属性，使得人们的休闲生活和休闲方式都烙上了深刻的消费符号的烙印，并间接地与人们的社会属性相关联。当代休闲无可避免地具有消费社会特有的印记，指出这一点，对认识现代休闲文化的运行规律、对认识其生产、流通和消费过程的特性都有新的启发。

《媒介之镜与休闲时代》一书，体现了作者试图透过现代媒介与休闲问题来探索理想与现实和谐共处问题的努力，不少地方富有哲学思索，发人深省。在本书付梓之际，期待作者把本书的出版作为一个新的起点，继续关注大众媒介与休闲文化问题，不断有新的研究成果奉献给读者。

郭庆光

2009年3月15日

目 录

绪 论	1
一、休闲——一个新的社会文化现象	1
二、传媒——重塑当代休闲文化	2
三、研究大众传媒与休闲关系的意义	4
第一章 媒介映照的当代休闲生活	7
一、人类憧憬的休闲之梦	9
二、传媒开启的休闲神话	30
三、媒介与休闲的“合谋”关系	34
第二章 作为休闲“代言人”的当代传媒	48
一、“闲情”是传媒繁荣的基础	48
二、休闲“钟情”于传媒	50
三、传媒是休闲的镜中之像	63
第三章 国际视角下的传媒与休闲	86
一、全球化是我国媒介发展的大背景	86
二、媒介全球化与内容多元化	90
三、文化产业链条上的大众传媒	97

四、媒介全球化与休闲困惑	102
第四章 媒介娱乐内容的华丽十年	106
一、休闲与娱乐的辨析	107
二、媒介娱乐内容的“导泄”作用	108
三、媒介娱乐内容对受众主体性的培育	115
四、媒介娱乐的繁华背后	131
第五章 传媒与休闲消费的联姻	141
一、传媒与休闲消费方式的符号塑造	141
二、北京车展报道的案例分析	156
三、媒介引导的休闲消费观	161
第六章 媒介休闲内容与日常生活	171
一、媒介与日常生活休闲	172
二、精英文化的大众化之路	183
三、媒介进入日常生活的政策路径	192
结 语	196
参考书目	198
论 文	203
十年媒介娱乐文化对受众主体性的培育	203
“大众传媒时间”观与实现休闲理想的悖论	213
精英文化的大众化之路	226
致 谢	232

绪 论

被誉为西方休闲学之父的亚里士多德曾说过：“休闲是一切事物环绕的中心”“正在休闲的人才是真正幸福的。”中国人一向推崇“君子之行，静以修身，俭以养德，非淡泊无以明志，非宁静无以致远”，赞誉“体静心闲”。陶渊明“采菊东篱下，悠然见南山”的恬淡和自然一直受到世人的艳羡。

一直以来，休闲文化都是人类最可宝贵的精神财富，凝结着人类几千年来的思想精髓和道德信仰，没有休闲文化的传承和哺育，就没有今天人类无比灿烂的文化和令人心旷神怡、追求不止的高尚、唯美的人生境界。

一、休闲——一个新的社会文化现象

在当代，科学技术对人类作出的最重要的贡献之一，是将人从繁重的体力劳动中解放出来，使人有更多的时间和情趣享受生活。休闲也同工作一样成为一种可以为大众所享有的创造性的审美活动，甚至它是更高级、更能体现人类精神的活动。

我国自1995年起，实行了每周5天工作制，1999年9月又实施了“三个长假日”，这意味着我国公民的三分之一时间是在闲暇中度过的。邓拓曾经写过一篇文章叫《生命的三分之一》，提出人每天有三分之一的闲暇时间，而这三分之一的时间如何度过，将对人的生命质量起到决定性的作用。同样的，当国家进入

到可以使大多数的公民享受到三分之一假期的阶段时，公民如何用“闲”，便成为一个相当重要的问题。它是对国民素质的综合考量，是国家综合实力的反映，也将对国家及个人的未来发展起到决定性作用。

休闲，作为一个新的社会文化现象，快速地向我们走来，它是一个“成为人”的过程，它与人的自我实现紧密相连。在马克思看来，休闲是人的生命活动的组成部分，是社会文明的重要标志，是人类全面发展自我的必要条件。人类想要获得自由，必须首先赢得休闲时间。

文化具有强大的作用，它是一个民族不断丰富发展的精神内核，通过文化的力量可以推动社会的全面进步。休闲，作为一种新的社会文化现象，它必将对于未来社会、个人的发展起到至关重要的作用，理应成为我们理论上、实践上以及政策研究上的关注点。

进入 21 世纪，在经济和科技发展的大背景下，传媒势如破竹、无坚不摧的发展令全世界都不得不认真审视，我们今天的文化到底在发生着怎样的变化，到底将去向何方？在当代媒介环境下对人类休闲文化的追问，是对人类终极理想的思考，是对社会发展的思索，是人类文明走到今天，必须要正视和认真对待的一个重要问题。

二、传媒——重塑当代休闲文化

当代，传媒正在重塑我们的生活，包括政治、经济、文化的方方面面，从媒介传播的角度来阐释当代休闲文化，可以更加深刻地理解休闲文化的内涵及时代意义。

对于现代人来说，一方面，大众传媒是其最主要的信息来源和接受终身教育的工具，传媒内容极大地影响着当代人的价值观和生活方式。

大众传媒因其自身的特性，已经成为当代链接上层建筑和经济基础的核心环节，并且随着其自身的不断发展和完善，将发挥越来越强大的功能。

另一方面，使用大众传媒已经成为人们生活中最重要的休闲方式之一，占据着人们大量的闲暇时间。无论在西方发达国家还是在中国的主要城市，看电视、上网都是人们最主要的“玩法”。为了暂时逃避工作、学习的繁忙与紧张所造成的身心疲劳和精神压力，人们往往需要休闲娱乐，相比之下，大众传媒是最经济、最方便的娱乐活动，所以接触大众传媒就成了现代人放松心情的首选。

应该说，目前的传媒内容中，大部分都具有一定的娱乐性，或以娱乐为手段以实现其他功能。一般认为，媒介的娱乐功能具有发泄情绪的替代性作用。现代社会激烈的竞争加大了人们的精神压力，疏远了人与人的关系，而传媒“乘虚而入”，成为一个可供选择的情绪发泄路径。

就普通受众而言，他们接触媒介的一大初衷就在于放松、娱乐身心；媒介的大量内容也正是为了满足受众的这一基本需求而设计、制作出来的。

事实上，大众传媒对于休闲文化的作用远不止于此。大众传媒所生产和传播的媒介内容，对个体而言，提供了特定时代公认的、普遍起制约作用的个体行为规范，使人可以建立起健康的价值规范体系，从而塑造人们的生活方式。从社会层面看，媒介休闲内容提供了休闲价值观的内核，从而深刻地影响整个社会生活，同时它还具有一定的经济功能和社会心理学功能，并能够部分地承担起培育民族精神、传承社会文化的功能。

三、研究大众传媒与休闲关系的意义

(一) 社会发展的需要

历史地看，以往的每个时代，休闲时间的增加，都是与社会的进步紧密相连。休闲是使每个人分享人类文化成果、发展自由个性的保证，休闲时间的增多，是社会进步的标志，是国家综合实力强大的体现。

知识经济时代的来临，给休闲带来了深刻的变化，随着大众闲暇时间的增多，整个世界都处在一个文化转型的过程。随着经济全球化、网络化的到来，文化之间的相互融合、渗透也会在越来越多的方面体现出来，人们的休闲需求、休闲价值观、休闲方式都在潜移默化地发生变化。

自改革开放以来，特别是近 10 年，随着我国经济的快速发展，人们的生活水平有了极大的提高。我们在不到 20 年的时间内，就拥有了西方国家经历了近一个半世纪的奋斗才拥有的休闲时间量；但是同时，我国的休闲文化也呈现出转型期的一些问题和矛盾。

作为全面建设小康社会的基础条件，我国在“有钱”与“有闲”方面已有了初步的基础。从人们对文化精神生活的需求看，人的多方面发展自我的欲求越来越强烈，休闲需求（心理的、情感的、成就感的、智力的、肢体表达等方面）呈现出多元化的发展趋势。

当前，我国社会在思想上最大的问题就是信仰的缺失，没有一个富有深厚文化底蕴的思想作为民族的信仰，人们就很难建立健康、完整的人生观、世界观、价值观，乃至道德观、金钱观和幸福观，甚至连民族精神和民族凝聚力都会很难形成。而且转型期引发的社会矛盾也很多，比如社会两极分化、三农问题等，仔

细探究这些问题的本质，公民内在文化内核的缺失不可忽视。

国家要发展，内部矛盾就必须好好解决，国家的治理与调控不仅注重经济手段、行政手段、科技手段和法律手段，更要注重文化引导的作用和人文关怀的力量。

休闲的问题说到底还是人的问题，高质量的休闲活动和高水平的休闲思想可以使人走上自我实现的道路，提高自身的综合素质，树立健康、完善、富有文化内涵的人生理想，这也是解决社会矛盾、不断进步的根本途径。

相比之下，“休闲教育”在我国还是空白。国外的“休闲教育”是从小做起，并成为一门必修课，通过学习获得对休闲的深刻理解，建立起对闲暇行为的价值判断能力，以及选择和评估闲暇活动的 ability。

近现代工业的高度发展，一方面促进了人们闲暇时间的增多，人在拥有物质财富的同时，开始向往精神生活的满足；而另一方面，现代社会却以人的异化为代价，人的全面丰富性遭到空前的压抑，人退化为单向度的怪物，片面的物质享受和可怕的精神贫困撕裂着当代人。

“就是在闲暇的时间里，人们以为自己是自由的，而实际上，也不过是‘假释出狱过一个星期天而已’。”^①现代人尤其需要树立一个比较健康和适宜的休闲观念，使之能够完善和丰富自己的生活。

（二）媒介自身发展需要正视的问题

当前经济全球化使整个媒介发展处在全球化的大背景之下，如何在发展自己文化的同时，力求考虑到全球文化发展的需要，研究人类发展中所遭遇的共同问题，并为促进这些问题的解决做

^①马惠娣，《休闲：人类美丽的精神家园》，中国经济出版社，204页，2004。

出自己文化的特殊贡献，这也是当代我国媒介休闲文化发展面临的课题。

当前我国社会利益阶层分化，文化内部呈现出多元化发展的态势，代表不同思想、观念的文化彼此交融，先进文化、有益文化、落后文化和腐朽文化同时并存。传统的文化链条被打乱，新的文化认同还没有完全建立。在这种情况下，如何加强核心价值体系的建设，从而实现媒介的社会整合作用，也是当前和今后一段时间需要解决的问题。

当前，媒介低俗化对社会带来极大危险，这是对民族精神和传统文化的破坏，特别是对青少年的影响尤甚。当代青少年生活在一个相对自由和宽容的生活环境里，低俗文化会在不知不觉中消解他们道德的基石，甚至威胁主流文化的形成和传播。

同时消费社会下的媒介休闲内容，还存在一个根本的问题，即其价值取向是建立在受众闲暇时间的可消费性的基础之上的，媒介符号在技术的强势下无孔不入，反而将消费的焦虑渗透到受众生活的各个层面。

能否聪明地用“闲”将是对社会文明的最终考验，而休闲生活应该看做是全面建设小康社会的重要指标，是提高人的综合素质的途径和手段，也是传播先进文化的重要载体。

第一章 媒介映照的当代休闲生活

飞速发展的传媒全面浸润现代生活的方方面面，可以说是当今世界最为典型的特质。从某种程度上来讲，当代大众休闲文化可以理解为是在媒介符号的影响和辐射下，重新构建起来的休闲文化，休闲文化的挖掘、阐释、发展、引导、传播、创新都与大众传媒有着广泛的联系。从传媒的角度来阐释当代休闲生活，既是一个崭新的角度，也是一个可以更加深刻地理解现代人休闲生活方式及意义的角度。

我国自 1995 年起，实行了每周 5 天工作制，1999 年 9 月又实施了“三个长假日”，这意味着我国公民的三分之一时间将在闲暇中度过。当国家进入到可以使大多数的公民享受到三分之一假期的阶段时，公民如何用“闲”，便成为一个相当重要的问题。它是对国民素质的综合考量，是国家综合实力的反映，也将对国家及个人的未来发展起到决定性作用。

对于现代人来说，一方面，大众传媒是其最主要的信息来源和接受终身教育的工具，大众传媒上的内容极大地影响着当代人的价值观和生活方式；另一方面，使用大众传媒已经成为人们生活中最主要的休闲方式之一，占据着现代人大量的闲暇时间，无论是在西方发达国家还是在中国的主要城市，看电视、上网都占用了人们最多的闲暇时光。人们为了暂时逃避工作、学习的繁忙与紧张所造成的身心疲劳和精神压力，往往需要休闲娱乐。相

比之下，大众传媒是最低廉、最经济、最方便的娱乐工具，接触大众传媒似乎成了现代人放松心情最便捷的休闲渠道。

就目前来看，大众传媒对于现代人休闲生活的作用远不止于传媒自身，传媒传播、引导、创造的休闲信息，早已经走出虚拟的符号世界，辐射到社会的政治、经济以及文化等相关领域，成为国家软实力的重要部分，衍生出庞大而充满朝气的文化产业，传媒成为文化产业链条上当之无愧的核心。

被誉为西方休闲学之父的亚里士多德曾说过：“休闲是一切事物环绕的中心”“正在休闲的人才是真正幸福的”。中国人一向推崇“君子之行，静以修身，俭以养德，非淡泊无以明志，非宁静无以致远”，赞誉“体静心闲”。

一直以来，休闲文化都是人类最为宝贵的精神财富之一，凝结着人类几千年来思想精髓和道德信仰，没有休闲文化的传承和哺育，就没有今天人类无比灿烂的文化 and 令人心旷神怡、追求不止的高尚、唯美的人生境界。

陶渊明《饮酒》中一句“采菊东篱下，悠然见南山”使多少人虽不能至，但心向往之。“春有百花秋有月，夏有凉风冬有雪”，培育至真至纯之心，感恩人生赋予的点滴，一直是人生修炼的理想。

德国诗人荷尔德林在其诗作《闲暇》中写道：

……我站在宁静的草地上/
好像一棵可爱的榆树，也好像挂在藤架上的葡萄/
生命的甜蜜游戏围绕在我身旁。
……

希腊哲学家柏拉图说过：

众神为了怜悯人类——天生劳碌的种族