

· 新闻与传播系列教材 ·

媒介素养读本

范 红 主编



清华大学出版社

中国新闻事业史话

媒介素养读本

王 岩 著



⑥ · 新闻与传播系列教材 ·

媒介素养读本

范 红 主编

清华大学出版社
北京

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

媒介素养读本/范红主编. —北京:清华大学出版社,2008.7

(新闻与传播系列教材)

ISBN 978-7-302-17480-6

I. 媒… II. 范… III. 传播媒介—研究—高等学校—教材 IV. G206.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 058530 号

责任编辑:纪海虹 宋丹青

封面设计:傅瑞学

责任校对:王凤芝

责任印制:孟凡玉

出版发行:清华大学出版社

地 址:北京清华大学学研大厦 A 座

<http://www.tup.com.cn>

邮 编:100084

社 总 机:010-62770175

邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 刷 者:北京密云胶印厂

装 订 者:北京市密云县京文制本装订厂

经 销:全国新华书店

开 本:185×235 印 张:22.5

字 数:460 千字

版 次:2008 年 7 月第 1 版

印 次:2008 年 7 月第 1 次印刷

印 数:1~4000

定 价:34.00 元

本书如存在文字不清、漏印、缺页、倒页、脱页等印装质量问题,请与清华大学出版社出版部联系调换。联系电话:010-62770177 转 3103 产品编号:025602-1

(如日本)和地区(如港台)常称为“媒体识读”。作为中学和大学的教学科目,媒介素养强调社会公民要正确理解、有效使用大众传媒资源。通过媒介素养的教育,培养公民辨别媒介传播内容与媒介批评的能力,使其能够健康地利用媒介资源,丰富社会认知能力,参与媒介监督与媒介改良,做既有责任心又有批判能力的公民。

《媒介素养读本》一书主要是为从事媒体工作的专业人员、新闻与传播专业的学生(特别是研究生)以及对媒介与社会文化研究感兴趣的广大读者编写而成。编写本书主要有三个目的:一是对我个人三年以来在清华大学新闻与传播学院开设“媒介与社会”的研究生课程内容加以总结。书中所选文章基本体现了上课时我提供给学生们的一些观察媒介的主要视角。二是本书体现了我个人在媒介研究中的三个兴趣取向。我认为媒介素养的提升,首先在于人们对媒介如何呈现社会文化的认识,这能够让受众将感性层面上的一些体会和感触上升到文化理性层面上加以归类和分析;其次在于对于媒介语言的了解,这能够帮助受众弄懂媒介是如何呈现真实世界以及媒介世界与真实世界之间的差异;再次在于对于某些实用研究方法的把握,这能够使受众从不同的角度去剖析媒介对思想意识、生活方式以及大众文化的影响,使受众能够正确认识媒介的性质与功能,用批评的态度去理解与接受媒介信息,不断增强对媒体不良信息的辨别与免疫能力,使受众能够有效地接触媒介和利用媒介以达到完善自身能力和提升自身素养的目的。

本书主要由三大部分构成:媒介与社会文化、媒介语言与话语分析、研究方法与案例分析。在媒介与社会文化部分,主要探讨媒介对社会变迁与大众文化的影响,涉及传媒的现代性、媒介与大众文化、网络传播、新媒体、媒介全球化与消费主义、媒介与性别、媒介与跨文化交流等内容;在媒介语言与话语分析部分,重点阐明大众传媒话语分析(特别是新闻话语分析)的重要性,从语言符号和文化符号两个主要方面研究新闻话语与霸权建构、新闻话语与意识形态、新闻话语与国家形象塑造以及社会群体形象塑造、媒介话语与文化价值观念等内容;在媒介研究方法部分,重点介绍媒介研究与媒介文化研究的基本方法,包括这些方法的应用与案例分析,主要涉及媒介文本分析与符号学研究、传播效果与受众研究、身份认同、内容分析等方法在不同案例中的使用。贯穿这三个部分的主题就是媒介如何影响社会文化的变迁以及如何分析媒介对社会文化的影响。

在文章的选择上,本着学术前沿性与规范性的原则,旨在为读者提供媒介研究的独特视角以及恰当的研究方法。本书除了教师文章,还选取了一些研究生和博士生的文章,他们的研究论文,清晰地体现出了媒介研究的不同“境界”。相信通过这些“优秀学生作业”,能够让处在相似阶段的读者进一步了解媒介研究,从而进入媒介研究。

此外,同其他媒介素养的书籍相比,本书还具有五大特色:

(1) 每篇论文选题新颖,覆盖媒介与社会文化研究的核心话题,其中不少研究课

题在我国仍属于前沿性研究；

(2) 大多数论文将理论与实践密切结合，针对我国媒介与社会发展现状深入分析，作者们从批评的视角出发，对媒介与社会文化的关系提出了独到的见解；

(3) 书中收录的每篇论文都按照严格的学术论文规范进行写作，是读者写作学术论文时可供参考的范本；

(4) 作者在论文后面所提供的思考问题基本总结了论文的核心内容，使读者能够通过对问题的思考，进一步巩固所读论文的内容；

(5) 作者在论文后面所提供的参考文章与书目将同领域的最新研究成果呈现给读者，使读者能够参阅更多的相关资料，进一步提高对论文核心话题的认识与理解。

媒介素养是一个宏大而宽泛的课题，它可以从众多的角度得以研究。本书研究的视角局限于媒介与社会文化的关系和媒介的话语呈现，选择这种编撰角度仅在体现作者们的兴趣，反映编者对我国媒介素养教育领域中应关注的一些核心研究课题的重视。总而言之，通过阅读本书继而打开读者们媒介素养的视野，正是作者们最大的心愿。

最后，感谢全书的每一位作者对我的支持，你们大家热诚的态度与积极的合作是本书成形的核心动力。感谢刊登过书中论文的所有杂志社与出版社，谢谢你们将这些有新思想的启发性文章传递给大众。感谢我的硕士研究生曲元、张伦和刘小溪，你们在论文收集与编撰工作中所付出的辛勤劳动是本书按期完成的保障。感谢本书编辑对我以及作者们的认可与支持，你们敏锐的选题视角与细致的工作方式使本书能够完善地呈现给广大的读者。谢谢本书所有的读者，感谢你们对本书的兴趣，同时，欢迎你们对本书所选的论文提出意见与建议。

编者 范 红

2007年夏于清华大学荷清苑



第二篇 媒介语言与话语分析

- | | | |
|-----|--------------------------------|---------|
| 128 | 论新闻话语中的霸权建构 | 范 红 |
| 137 | 大众传媒话语分析引论 | 丁和根 |
| 147 | 当代中国奥运新闻传播的主要话语问题及文化解读 | 黎 莎 |
| 160 | 新闻语言与意识形态——从美国期刊对“人民币升值”的报道说起 | 范 红 霍 侃 |
| 169 | 新闻话语与国家形象塑造——埃菲社“非典”报道中的中国形象分析 | 高 蓓 |
| 186 | 从盲流到弱势群体：23 年来《经济日报》再现的农民工形象 | 霍 侃 |
| 199 | 乳腺癌报道的话语分析：中美报刊对比研究 | 刘小溪 |
| 213 | 中西广告中的文化价值观念——符号、语篇与文化价值取向 | 范 红 黄瑞熙 |
| 227 | 跨文化传播的民族主义解读——丰田“霸道”广告个案研究 | 陈静静 孙斌华 |

第三篇 研究方法与案例分析

- | | | |
|-----|-------------------------------------|---------------|
| 240 | 文本、产业和受众的研究方法 | 简·斯托克斯著 曲 元编译 |
| 252 | 符号学方法在传播研究中的作用 | 李 爽 |
| 261 | 论媒介身份研究的可能性与科学性 | 邵培仁 邱 戈 |
| 271 | 文化与传播——论民族志传播学的理论与方法 | 蔡 骐 常燕荣 |
| 281 | 论西方“电视文化”研究的三种范式——在文化研究的视野中加以考察 | 易前良 |
| 290 | 超女漩涡的传播模式与传播效果研究——以北京地区大学生调查为例 | 张洪忠 许 航 何 艳 |
| 301 | 艾滋病的媒体建构：一个健康传播的视角 | 张自力 |
| 320 | 媒体女性形象塑造与社会变革——《中国妇女》杂志封面人物形象的个案研究 | 罗韵娟 郝晓鸣 |
| 337 | 繁华都市背后的疏离与冷漠——华语流行音乐内容分析(1997—2006) | 倪 琳 |

审视当代传媒的现代性^{*}

格雷厄姆·默多克著 庞璃译

内容摘要 现代性有其三维空间,资本主义、产业主义、民族主义和全球性等各种制度形式和进程聚集成簇,构建起现代性。在这个独特的文化形构中,理性和欲望、科学和信念、商品化和互惠互利彼此激烈竞争。现代性同时还是社会和心理环境,其中,社会关系和联系、自我概念与经验的基本结构不断受到修正。因此,理解产业、文化体系和日常经验的核心因素——现代传媒——对合理分析现代性及其现在的各种变体是绝对必要的。后现代作家们或许可以认为后期资本主义的核心生产资产是思想和专门技术,而不是土地和工厂,但这些资产仍然是有价格的商品,可用于商业交换,而不是供每一个人共同分享的公用品。

关键词 现代性 传媒 后现代 资本主义

一、引言

现代性这一历史进程并没有充分展开,决非一个已经解决了的先决条件。自19世纪中期以来,探索其动态一直是西方社会及人文科学的主要任务。一些人主要集中在制度形构的核心转变——工业资本主义联合、城市发展壮大、全球化互相联络、现代单一民族国家崛起以及各种政体代表形式的变迁等。还有一些探索日常生活的变革及公众文化组织的转变。然而直到最近大众传媒的发展依然不引人注目。本章坚持认为传媒远非边缘文化,实质上极为重要,而且我们需要理解现代性始终是而且到处都是以媒体为中介的。正是传媒为现代的制度形构提供了基础和支持。商业公司、政府机构、政治体系依赖于电话和计算机网络协调运作,利用大众传媒广而告之和促销它们的商品、宣传它们的服务和调整它们的计划。报纸、通俗小说、电影、广播、音乐和网络既提供了重要的文化竞技舞台,以各种迥然相异的方式体验、想象和解释与大众的关注和支持相竞争的变化,同时也提供了网络中心,组织越来越多的工作以外的日常活动。本章就各种围绕现代性的思考展开讨论,以求进一步深入探索。

^{*} 2006年3月《以媒体为中介的传媒:世纪转折时期的传播和当代生活》,载《学术月刊》,2006(3),32~38页。新稿略微改动且变换了题目,但大致内容是相似的。

二、探索现代性

社会科学和人文科学产生于理解和掌握现代性动态的希望中并在西方发展成熟,经济、政治、社会以及文化变革的深远性及复杂性把人们从习以为常的、植根于传统的生活及信念模式中猛然扭扯出来,然后抛入不断变化和波动的环境当中。

在《共产主义宣言》开篇中,马克思和恩格斯这样描述这一伟大变革:“生产的不断变革,一切社会状况不停的动荡,永远的不安定和变动,这就是资产阶级时代不同于过去一切时代的地方。一切固定的僵化的关系以及与之相适应的素被尊崇的观念和见解都被消除了,一切新形成的关系等不到固定下来就陈旧了。一切等级的和固定的东西都烟消云散了,一切神圣的东西都被褻渎了。”尽管这段话写于150多年前,它依然能和我们的时代产生共鸣,对我们现在的时代有着显著的指导作用。受益于后见之明,我们能看到马克思认为资本逻辑对现代性形构至关重要是绝对正确的。同时,我们也同意伟大的德国社会学家马克斯·韦伯(Max Weber)称之为“世界的觉醒”(disenchantment of the world)^①的过程。另外,当今极为著名的一个社会学作家安东尼·吉登斯(Anthony Giddens)把“现代性”定义为所有独具特色的“自17世纪始出现在欧洲的且此后或多或少地影响了整个世界的种种模式的社会生活或组织”的全体(吉登斯,1990:1)。

关于现代性的这种特性描述在最近几年的社会辩论中非常有影响力,但有两个重大的局限性:首先,它是种族中心主义的(ethnocentric),而“现代性”不得不被视为复合的过程而不是单一的过程。其次,如吉登斯本人所清楚地阐明的,他提供的是“带有文化蕴涵的现代性的制度史”(an institutional history of modernity with cultural overtones)^②(吉登斯,1990:1),视角自上而下,给我们一个没有人类面容的社会学(a sociology without human faces)。历史、文艺评论、艺术史和哲学领域学者则自下而上着手从文化上和经验上建构对具有制度蕴涵的现代性进行解释性描述。

1859年冬天,巴黎街头查尔斯·波德莱尔(Charles Baudelaire)这个优雅的法国诗人,在人群中穿梭,踟躅于人行道上,被裹挟进声音和景象的频繁交替变换当中——远处火车的隆隆声、建筑工程的槌打和撞击声、咖啡馆传来的音乐,还有四处走动的形形色色的人们,匆匆一瞥,旋即消失无影。他描述“在大众的中心、在迁移的盛衰消长、在无常与易变中开始有自己的家”是多么“巨大的欢愉”(波德莱尔,1964:9)。对他而言,现代性的

^① The Re-Enchantment of the World: Religion and the Transformations of Modernity, in-Stewart M Hoover and Knut Lundby (eds) Rethinking Media, Religion and Culture. pp. 85-101. Thousand Oaks CA. Sage Publications, 1997.

^② The American Newspaper: "A Study in Social Psychology", Annals of the American Academy of Political and Social Science, July, pp. 56-92.

经历大概总是与“朝生暮死和随机偶然”联系在一起的(波德莱尔,1964:13)。我们现在称欧洲艺术的一系列先锋运动为“现代主义”,或更准确地说是“各种现代主义”,因为这些运动企图抓住转瞬即逝的短暂刹那和多种多样的千变万化而采取了各种各样的形式:从印象主义者对光线的瞬间运动的强烈迷恋到未来派画家与速度和机器的传奇再到立体派艺术家的努力。

初看之下,在人文学科和有人文主义倾向的社会科学家所进行的日常经验和表现手法的详细探究与关注规划制度和结构的社会科学家所从事的分析之间,好像几乎没有或根本没有共同点。然而,如果我们认可现代性是在三个主要层面上构成的——制度的、符号的和经验的(the institutional, the symbolic and the experiential)——而且我强烈主张我们应该这样接受现代性,那么这一点就非常清楚了,即智力劳动的传统划分极大地阻碍了更丰富、更全面、更广泛的和更细致的描述性阐释。

我们需要继续在宏观分析和微观分析、远程和近端、既定的社会行为和更广泛的信息(对其包蕴并塑形)之间来回穿梭。苦苦思索结构和行动、定位和想象之间的联系也是一个军事化的、学科内部的工程。它要求我们成为智力侵犯者,无视那些巡逻于学术领土疆界的卫兵们竖立的“保持距离”的布告。这是困难的,但确实非常重要,并且没有什么其他的领域比传媒领域里的分析更是如此。

从19世纪中期起,当马克思、恩格斯和波德莱尔创作出他们的首批现代性草图时,新兴传媒——最初是通俗报业、摄影和电报,稍后是电话、留声机、电影、收音机和电视——已对其形成和发展的各种形式及变体至为关键。首先,它们自己本身就是重要的制度化形构和扩展中的产业体系,以各种各样的复杂方式和资本主义经济的两个重要的制度化形构和与现代政体(社会团体和单一民族国家)的巩固相交。其次,它们对日常生活重组起着基础的作用,提供社会契约的新要点,紧密融合新的常规和仪式,并为重建身份和记忆提供新的资源。最后,也是最重要的一条,作为组织和推进各种新的意义体系与表述并组织它们之间的竞争的主要公共竞技场,对大多数人而言,大众传媒变成了语篇论述、意象和阐释性框架结构的首要资源。他们能够利用这些资源来试图理解他们自己也深陷其中的改变过程,并形成行动的策略;他们提供符号空间,在其中可以共同想象现在及其未来。如果我们认可无论过去还是现在现代性总是以媒体为中介的,并且在任何地方都是如此的,那么,在传媒之外既不能组织也不能体验现代性,从这层意义上讲,不强调传媒在构成其各种主要的制度的、符号的和经验的形式上所起的重要作用加以定位就计划它的变革是不可能的。

三、经济、政体和传播

作为资本主义企业的典型形式的现代社团的出现,与电报系统的扩展、电话的发展以及由于宏大的海底电缆工程的完工而导致形成的传播网络的全球化进程相一致,新的电

讯(电讯 telecommunications 一词以希腊词汇“tele”命名,取其义“在远处”)基础设施使得他们能够充分利用大规模生产和大规模分配及经济节约而有效地跨国运作。

同时,通过追踪竞争者和消费者的活动及监控关键运作环境的变化,主要的国际新闻机构得以扩张、商务新闻和分析专家资源频繁出现,在现代消费研究伊始相互联合,共同为形成更有效的商业策略提供实质性资源。在现代性的年代,共同成功逐渐依赖于对商业情报策略的掌握和对关键生产资源的控制。

由于从产业资本主义发展到数字资本主义,传媒对经济生活更是格外重要,既是新近丛生的关键工业的中心,又是逐渐统筹组织所有经济活动要围绕的首要基础设施。随着传播形式从模拟转向数字,传播公司的经济强势和相同领域的其他运作在近些年得到大规模的强化。数字化允许所有形式的信息——文本、声音、数据、静止的和移动的图像、真人声音——被编码、存储和用计算机通用语言传播——作为“0”和“1”的序列。这种表面上欺骗性的简单的技术革新为三个主要的传媒成分——计算、电信和文化产业(它们先前是被分别处理的)——的集成扫清了道路。这种连续的过程在现代资本主义经济的中心安装了一个金三角,构成了一个新的经济巡回电路。在这个电路中,文化产业(教育、博物馆、艺术和大众媒体)提供符号材料。这些材料可以用计算机存储和操纵,并通过宽带电缆和卫星连接的新兴电信网络进行分配。

在政治领域,我们会发现现代性时代,关于政治变革的论述更多集中在那些单一民族国家的巩固和扩张上。大多数评论家认为,在英语里用连字号连接两个术语是不成问题、无可厚非的。他们在表现这种连接时,就像那种哑铃把两端铆接在一起似的来构成单一的、坚固的实体。事实上,把民族和国家间的联系看成是吊悬在深谷上的摇摇晃晃的桥(时刻处于崩溃的危险中)会更有益。国家是声称合法的行政机构全体,在经过协议得到认可的领土上控制人民和社会组织。它们征集税收把公众投资投入重要的使用(尽管在现代被算作是“重要的”东西其实一直是不断争辩的主体);它们还管理司法体系,保障国内安全并稳固国防。另一方面,民族是“想象中的社团”^①(imagined communities)(安德森,1991),鼓励人们把自己归属于一个独一无二的人类群体。这些象征性的空间,不仅建构在共同认可的共享的出身描述上和协议认可的成员资格标准上(通常是人种的,尽管不是专有的),而且还建构在精选的、声言要提取民族身份独特的精华品质的文化符号和礼仪上。

不止是不得不把作为现代政治组织的中心单元的单一民族国家的崛起视为一个平稳的过程,而且还要视其为想象性社团和行政机构之间的持久竞争的场所。例如,没有国家的民族——比方说犹太人——一直在不断地斗争保护家园,还有在国家中等待的民族(比

^① Anderson, Benedict. *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism* (Revised Edition) London. Verso.

方说英国中的苏格兰民族)一直迫切要求脱离和独立。

大众媒体借助同时提供共享经验和共同知识的使用权,使得民族报纸和后来的民族广播系统在发展民族身份所要求的陌生人之间的团结中起着关键作用。它们不仅仅是在大型的具有众所周知的固定形式的典礼上——国葬、引起共鸣的文化人物的周年纪念、盛大的体育竞技会激活这种自我的感觉,而且通过大量老一套的民族完整性的日常标志,例如印在报纸上的气象图,或在电视演播室的装潢上连续不断地、间接地涉及国旗的颜色和构成。

确保发扬民族文化和提升民族身份受到大众的欢迎一直是现代国家政府在传播领域的重要目标。同样地,国内安全也逐渐开始依赖于监视系统的普及,然而,国家机密只是现在政治系统的一个方面。另一个方面是公众性。现代性的特征就是大众日益开始广为喜爱并参与到政治过程中。人们从隶属于一个王朝或皇帝(有资格受保护但服从独裁统治)变成公民(有权参与选择那些能制定他们同意被管理的法规的代表)。通俗大众媒体作为官方竞争争取公众支持和效忠的政府机关候选人的原则性场地,在这个场地中备选的政策平台得到呈现和受到辩论,公众机关的成就受到仔细审查,因而通俗大众媒体在市民和权力持有者之间的斡旋中起着枢纽的作用。

这种斡旋一直主要由纵向联合的、自上而下的传播网络来执行完成。诸如国家广播系统,素材产生于中央,散播给彼此间很少或没有联系的离散的家庭或个人。然而,现代政治也一直由横向联合的网络以各种重要的方式形成,每一个参与者都能潜在地消费和生产。现代政治动员的逐步展开和廉价媒体的流行使用难分难解,在现行的纵向联合系统外传播流通,包括小册子、影印品、视频带、传真和互联网站。

在纵向联合和横向联合传播流之间、在设法达成的和自然产生的政治参与之间、在层级体系和网状结构之间的联合斗争,是现代政治生活史的中心脉络之一。

四、冲突的身份：消费者身份与公民身份相对

现代性在制度上的主要形构提供给人们两个主要身份：资本主义经济首先把人们作为商品市场上有至高权利享受舒适、获取满意的消费者和参与者来欢呼。然而,正如我们所看到的,与此大不相同的是,大众政治系统宣称他们是公民,是道德社会的成员;在这个道德社会里,个人权利伴随着对维系共同利益作贡献的责任。消费主义通过拥有来捍卫和支持个人的愉悦和自我的表达的地方,也正是受强调的公民的职责和权力的辞令共同承担需要和公共解决方案之处。作为产品促销的主要媒介,通俗商业媒体拥有吸引消费的特权,不只是直接地给一些名牌商品和服务打广告,而且也通过不那么明显的手段吸引消费者,通过各种生活方式的庆典——电影、电视、明星和庆典的新闻覆盖率——其中优质生活依赖于物质的丰富。商品坚持不懈的宣传效用日益挖空了现代政治领域,耗尽了

公民职责和权利的初始动力,把政治参与转换成了扩大购物,投票者支持那些把他们自己成功地标榜成名牌并承诺不用增加税收就能提高生活水准的候选人。

在消费主义的促进和公民身份的需求之间存在的矛盾,一直是现代传播体系的一个主要特点,特别是在像英、美这样的国家,它们以民主拥护者的姿态出现。19世纪末,随着所有权日益集中和通俗报纸的财政生存能力更多地依赖于广告收入,把商业出版作为公正的政治信息和自由民主政治理论所必需的开放的辩论的重要资源就变得越来越困难。

一方面是私人企业的特权,另一方面是公民身份的文化权利,两者间的紧张状态以两种主要的方式引起注意:一是企图靠要求它们按照“公共利益”行为来调节管控私有媒体,二是创建市场轨道之外的公共通信企业的各种新闻形式。第一种选择具有美国反应的特点;而众所周知的却是第二种例子,即英国的公共广播服务系统(英国广播公司),它的投资来自税收,但其运作却和政府保持着距离。然而,随着这两个国家都朝着日益私有化和解除管制的方向发展,以及与贯穿整个传播产业的各种利益聚结的多媒体持迅速上升势头,公众和私人利益之间与公民身份和消费主义之间的紧张状态再次加剧。

五、传播与经验重组

现在我们再简要地看一下两个重要的领域来举例说明传媒的决定性作用。

(一) 变迁的空间/变化的时间

时间和空间是社会经验的重要的协调搭配品。我们用它们去定位我们自己与他人的关系——校准我们与他们的贴近程度或相隔距离,衡量我们的亲疏行为和状况;在自传和历史间创造联系——看我们的生活展开在合理的公众事件和相对较缓的变迁过程的背景当中。

为了有效地工作,现代性在制度上的形构要求时间的标准化。钟表时间代替生物钟,昼行性和季节性的节律成为衡量时间段的绝对标准。工作日的构成是去上班、打卡记录上班时间、工作、打卡记录下班时间。铁路的到来和共同时间表的需求,促进了统一的民族时间网络的建立,取代了先前存在的无数的地方体系。在19世纪末,交易的商业利益最终确保了国际统一划分全球时区的协议——依据伦敦格林尼治时间来划分和测量。同时,时间的推移也在加速。价值附着于越来越小的时间单元,这个思想可浓缩于一个时下很流行的表达:“时间就是金钱。”工作稍迟,甚至只几分钟,就将导致收入损失。工作日期间的休息受到严格的管制。工厂管理的新系统依据“泰勒工作法”工业操作效率的研究分析而确立、加速生产,更经常地要求工人在同一时间框架中执行分派给他们的工作。

不只通过对工作和休闲的资本主义重组,而且还通过通俗媒体促进修正周期,这些新

的时间体系得以融入日常生活当中。在 19 世纪中期出现的新的通俗报纸,原本是被策划用来在上班途中或在午餐间歇时来读的,标语式标题预告故事主题,短小精辟的说明,间或还有生动的图解等,这些意象借助联想赋予意义可动性,通过冲破以布满了铅字的稠密的页面为特点的早期报纸的窠臼,促进了新的通俗认识和记忆模式的形成。

社会的记忆逐渐停留在各种意象上。集体回忆事情曾经如何的方式逐渐演变为他们曾如何看待的表征方式。当柯达在 1888 年把世界上第一批便宜的快照照相机投放市场后,这种可视的记忆弥漫渗透了家庭和公共场所。讲故事的传统让位于家庭相簿,口述历史被转换成了时尚的炫耀。随着摄影无处不在,加速了具有个性、具有独特风格的物质的衰落,而这是许多观察家视为现代性的特点。正如马克思所指出的,这种对事物表面的迷恋是理解商品文化如何能够掩盖它在生产上的起源的关键。这种怀旧、鼓励隐瞒历史的能力日益得到对现实的固着和迷恋的强化。

过去通俗出版物是每日发行的,只是在每个工作日印的版本和为通常的休息日即星期日所设计的版本间有所区别。而日报“直到”当消息发生时转播消息的“那一刻”才销售,于是,成为第一家捕获突破性重大消息的报纸就成了报业竞争的组织的中心政纲。不断地强调即时性,随着直播电视中继站和 24 小时新闻频道的出现而日益扩大范围和加大力度。新闻不能够阐释潜在的、隐含的过程的缓慢移动,而对这个过程的领会和掌握是理解真正的历史的关键。围绕新闻而组织的媒体系统可能有丰富的信息,无数的发生的事件提供成批的数据,但在认识和理解上却相对贫乏。它不提供背景资料和阐释性框架来让人们产生联想、看到“广阔的画卷”、理解什么力量形成了现在的情势或能如何改变它们。

根本缩短时间,有效废除距离,并在两者间启动一个复杂的联系——空间联系的基本转变是随着 19 世纪 40 年代的电报的发明而产生的。那是人类历史上第一次把通信从交通运输中脱解开来。信息不再采取物理形式——信件、包裹和礼物,而是使用塞缪尔·莫尔斯(Samuel Morse)点与划的数字电码。然而,从最初的电报到今天的电缆电视网络,有线通信系统存在一个极大的缺陷。它们都要求物质的基础连线设施。这个局限在 19 世纪末被克服。当时,海因里希·赫兹(Heinrich Hertz)发现有可能利用一部分电磁波通过大气传输信号,于是引导出无线通信系统,为收音机、电视和卫星行业铺垫了基础。

这些电信系统的发展也是因地制宜。以市场为例,在这些电信系统发展之前,在指定的日子,在协调同意的地点,人们来到一起(物理空间上)——有重大的事件发生。他们需要共同存在,当然,这种形式的市场会继续存在。但是,很多市场现在是无实体的,交易发生在通信环节上,发生在从未谋面的参与者之间。关键位置不再是地点而是电脑空间,是连接买方和卖方的计算机的通信网络。

然而,无实体运作日益突出,不再局限于商业贸易往来或家庭购物,现在已是现代性的社会关系重组的一般性特点。例如,紧随在民族间及跨越大陆的社会和地理流动加速

之后,国内电话有助于弥补地理位置的日渐分离。现代性的特点是,大批人口流动,从乡村跋涉到城市,从小镇跻身大都市,漂洋过海大迁徙,希望逃避种族歧视和发现新机会。而电话调动了人类声音独具特色的个体因素并允许私人对话,它对维系跨越空间的亲密亲属关系和友情网以及根除距离的严酷专制起着重要作用。

亲密性和距离的有效联合,也对围绕着明星系统建立的通俗娱乐的新形式非常重要。好莱坞电影业完成了美国流行乐开始的事业,充分公开,促进和鼓励观众变成追星族:认同明星们是与他们自身一样的人们——卑微的出身,应付着家庭生活的忧患和苦难;——但也不像他们自身——明星们生活奢侈,充满魅力,激动人心。这就可能导向了一个新的开放的消费体系。你也许不能成为一个明星,但你能在当地商店购买他们穿的价格适中的各款衣服或他们用的物品。

宣传推广明星的公众系统因而鼓励一种奇特的、错位的亲密性。人们感觉他们了解这些他们从未遇到过的明星。尽管这些明星缺席,却非常地重要,在人们的日常生活中出现,而且成为欲望和遗憾的有效聚焦点,并经常只意会不言传。正如可提出证据加以证明的那样,正是因为威尔士戴安娜王妃被拥戴为明星,以致她突然的死亡才如此深刻地触动了许多人,全世界的电视转播站都转播她的葬礼,非常清楚地证明了全球传播网络如何能跨越遥远的距离构成陌生人的虚拟社团。这些聚会只昙花一现的事实,并不能减损它们作为连接历史自传链的链环的力量。例如,我所知道的我那个时代的每个人都能准确地记忆当他们听到披头士(the Beatles,甲壳虫)合唱队的灵魂人物约翰·列侬(John Lennon)被枪击时他们身处何地。

(二) 新的观察方法

戴安娜王妃的去世让我们想起现代性的经验重组的第二个显著特征——意象的向心性。戴安娜王妃算得上是世界历史上出境率最高的妇女,当人们建立个人的圣殿纪念她的死亡时,中心装饰品往往是刊有她图片的杂志或报纸,围绕着蜡烛和花环。

这种意象作为公众和个人宣泄情感的使用方式植根于机械地再现和通俗的表达这两个截然不同的联系中。以路易斯·达盖尔(Louis Daguerre)的《十九世纪著名的法国发明家和企业家》为例,开始他是为剧院画风景,到最后发展了一个透视画展览(a diorama show,类似现在的幻灯片的一种利用光影的技术,用灯光的变化产生各种各样效果的画片景色展览)。人们进入一个黑暗的房间,面对一个巨大的影像,70英尺高,45英尺宽,填充了他们的整个视觉领域。可能是座山的景象,又或者是大教堂的内部。盯着它几分钟后,座位就旋转,然后他们就转到了第二个场景。当时,他因这个受到广泛欢呼的奇观而著名,但现在他是作为早期摄影程序的发明者之一而留存于人们的记忆。

法国政府买了这项专利,并给他发放终身退休金,把他的发明作为一项新的科学工具推广,就像是推广能捕捉以前从未完全精确地看到的细节的显微镜和望远镜一样。这种

镜头的影像,作为一项对真相的机械呆板的保证,为同时期的新闻业和初生的社会科学中出现的客观性理想提供了模式——记者和研究员立志要变成人类的照相机,全面地摄下未被偏见或党派性污染的那个社会世界。尽管伪造和弄虚作假不时打断摄影业后来的轨迹和速度,但仍然存在强有力的假设认为影像比语言更真实。然而,这种信念的生存活力依赖于摄制影像时的条件。

权力持有者很快意识到大众政治的兴起启动了获取大众支持的竞争机制,这要求他们提供一个令人信服的和有吸引力的意象。如我们早期注意到的,就像是为了源源不断从新生产线涌出的名牌日用品打出的新广告,他们新的政治市场靠巧妙地处理他们的形象和露面推销他们自己。他们看起来像什么变得比他们代表什么更重要。随着这种趋势发展,把政治从娱乐性行业分离开来的分界线变得越来越模糊。政客们变成表演者,并且是热望成为政客的表演者——1998年在菲律宾举行的大选中,竞争地方的和国家政府机关职位的上百名候选人几乎都是电影明星、电视节目主持人、美丽的王后、歌唱家或体育界名人。在2003年10月动作影片明星阿诺德·施瓦辛格(Arnold Schwarzenegger)当选加利福尼亚州州长,这个职位先前由另一个好莱坞明星罗纳德·里根(Ronald Reagan)出任。精心培育出一个适于推销的外表要求营造无数的上镜机会,精心设计去汇编出一个能引起大众共鸣的通俗档案。

但是,在当今世界,协调组织的推销活动不断地被无固定职业的摄影师偷拍的影像所毁坏。从20世纪20年代末期开始这种对抗性态势,当时一种小型轻便的不需闪光灯就能在自然光下摄影的照相机投放市场,使得新闻摄影师们得以捕捉政客尴尬时刻和不雅姿态的那些有强烈冲击效果的影像。这些非官方的影像允许观众在幕后观看,曝光那些通常隐藏的后台区域,揭示了权力持有者们没有“化妆”的一面。

那时照相机的可视文化生成了两种制作影像的传统,其中,利用影像制作一些仔细编造的和安排计划好了的作品,利用当权者的善变和无常的私人生活拼命引起注意。在通俗美学中,只有第二种影像制作对“现实主义”的声言现在能令人心悦诚服。

达盖尔也留下了另一份遗产。他的透视缩影是第一批现代沉浸(immersive)环境之一。它屏蔽掉了所有外部的参考点,并纯粹通过他投影的影像的规模鼓励人们进入描绘的场景。观众不再被分离开去,不再只是坐在外面看影像,影像填充了他们的整个视觉领域,他们就置身其中。这种在平行和升高的现实里沉浸的体验比日常世界更真实。这是一个超现实,后来被归纳综合推广为一连串完整的环境系列。这些包括新型百货商店和世界贸易市场,以及稍后的大型购物中心和沃特·迪斯尼(Walt Disney)倡导的主题公园。但正是照相机的产生才在日常体验的中心安装了沉浸(immersion)。

第一次世界大战前些年形成的好莱坞电影的典型风格迅速成为美国最成功的文化出口产品之一,特别是成为这种新的观察方法的有效工具。用这种电影风格邀请观众见证,显得是“自然地出现,但又仍然隐藏了存在”的行为。演员们只是留意彼此。他们永远不

在屏幕外看观众来打破幻象。但是观众不只是像看绘画一样看影像,他们被荧幕吸引。在摄像机的背后他们进进出出于剧情当中。从全景投影、全场观看、长镜头到近距离特写,以及令人喜欢的推拉镜头的灵活性。坐在黑暗的影院里,没有外部的参照点,日常生活中的强制约束都被去掉了,新的展望在眼前打开。德国文化评论家沃尔特·本杰明(Walter Benjamin)在他1936年的一篇论文中捕捉到了这种从世俗当中释放出来的感觉。“我们的小酒馆和我们的大都市街道,我们的办公室和装饰家具的房间,我们的火车站和我们的工厂似乎绝望地锁住我们。然后电影来了,十分之一秒就用这个炸药分崩离析了监狱般的世界,所以,身处漫长广阔的毁灭遗迹与残骸当中,我们安静地开始了我们喜爱的冒险旅程。”^①(本杰明,1970:238)

沉浸依然被拓展,更远更深,直到当前的计算机游戏的一代来临和对虚拟现实环境的第一批原始的劫掠,而且还在进一步拓展。观众幻想移动穿梭于产生三维空间的计算机,不是作为照相机的附件——像在照相机里——而是作为不受约束的演员,有能力控制和处置重大事件。

然而,在平凡的现实和虚拟空间的拔高现实中不停地来回穿梭的基本体验,实质上到达盖尔的西洋景透视画展览中顾客付费进去观看的道理是一样的。在现代世界,我们同时生存在真实与虚拟的来回穿梭中(穿梭于理想与现实间,奔波在真实与虚拟中,生存在梦想与世俗里)。

六、传播和现代性文化

要使制度化生活的转化所启动的变迁与经验相匹配的设施具有意义,取决于那些描绘的词汇库、表现象征的体系和位于文化系统中心的阐释框架的使用权。许多现代性文化作家把这一重要运动视为宗教系统的衰落,把科学世界观的确立作为思想和信念的枢纽。反过来,他们进而认为科学在为现代性掌握“进步”的进程提供实质支持,科学原理对科学技术(能够管理控制自然界、社会生活和人类心理健康的技术)的持续应用将确保未来会比过去更好的假设以及进步与改善。不幸的是,这种估计很大一部分是从精选的证据得来的,而且主要是从精英文化资源中拣选得来。然而,当我们看通俗媒体文化时,我们看到了一个更复杂的、充满着竞争的画面。

尽管现代科学的崛起打破了宗教对于世界观的垄断,它却从不曾能完全地取代宗教。正相反,实证主义坚持事实与价值的严格区分意味着它只能宣讲生活的机械结构而不是它的意义。此外,科学方法承担的驳斥的核心职责意味着即使它的最轰动的概念变革只能被认为是临时的。它的自身实践用不断变换的沙地替代了确定性的实地。正如克里斯

^① Benjamin, Walter. *Illuminations* London. Fontana Books.