



当代传媒与社会

主编 方晓红

当代媒介文化

◆ 于德山 著

◆ 新华出版社

当代传媒与社会

当代媒介文化

于德山 著

新 华 出 版 社

图书在版编目 (CIP) 数据

当代媒介文化/于德山著. —北京: 新华出版社, 2005. 7

(当代传媒与社会)

ISBN 7-5011-7143-2

I. 当… II. 于… III. 传播媒介—影响—文化—研究—中国

IV. G12.

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 071705 号

当代媒介文化

于德山 著

*

新华出版社出版发行

(北京石景山区京原路 8 号 邮编: 100043)

新华出版社网址: <http://www.xinhupub.com>

发行中心联系电话: (010) 63077122

中国新闻书店: (010) 63072012

新华书店经销

北京振宏福利印刷厂印刷

*

850 毫米 × 1168 毫米 1/32 开本 10.25 印张 252 千字

2005 年 7 月第一版 2005 年 7 月北京第一次印刷

ISBN 7-5011-7143-2 定价: 22.00 元

主 编 的 话

方晓红

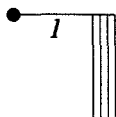
为南京师范大学新闻与传播学院的年轻教师出一套书，以激活并释放他们的科研能量，肯定并展示他们的科研实力，是笔者的一个心愿。

酝酿这套书的出版，是在三年前，如此长的时间才完成丛书出版规划，问题不在作者，而在于主编对选题的踌躇。

南京师范大学新闻与传播学院是一个多学科交叉的学院，“文理渗透、技艺结合、软硬兼备”是本院十年前建院时的一个方针，而今已实实在在地融入本院的学科建设、专业招生、课程设置及研究方向之中了。

本院年轻的教师也因此来自于新闻学、社会学、哲学、文学、艺术学、经济学等多种专业，有着不同的学科背景，在新闻传播这个大的主题下，从事着相关又相异的教学，追寻、探索着相关又相异的研究方向。

他们或从事传媒与商业的关系研究，或从事社会发展进程中传媒价值的评价研究，或着眼于传媒与企业建设、经济建设的关联与互动，或发掘着影像在读图时代的特殊能力，探索着电视传媒中的文化传承作用，或关注最“时尚”的传播媒介，跟踪它们萌生、发展的轨迹，作几近同步的研究。总之，眼界开阔、思维活跃、角度新颖，是他们的特色，知识结构与前代人迥异，形成了他们与前代人在社会科学研究领域中的“代沟”。



他们不再过多地关注新闻学中的传统研究命题，注意力更多地放在了社会的政治、经济、文化各个层面——各个与新闻传播有关联的层面。也因此，他们的研究已经不能完全用传统的新闻学的角度来看待，来要求，来统摄了。

在颇费周折的选择了无数个丛书主题后，我们再次回到了最初的、也是最简单的一个选题：当代传媒与社会。这个选题是朦胧的，但也许是最周全的，因为，在资讯时代，从新闻传播学研究者的角度看，新闻传播所面对的，绝不是一个抽象的大千世界，而是一个具象的社会，社会中的一切，无不与新闻传播并行，与传播媒介形同唇齿，新闻传播研究的“对象”尽在“社会”中。用“社会”这一概念来涵盖研究对象绝非大而无当。

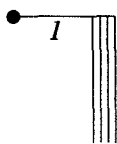
这是一支年轻的队伍，作者的年龄大多在26-38岁左右，硕士或博士，富有活力与生机。

他们的优势明显，张力无限，当然他们也有着稚嫩与缺憾。

南京师范大学新闻学专业在新世纪中成为江苏省省级重点学科，丛书作者与该专业的全体成员一起为重点学科的建设作出了重要的贡献，丛书的出版也为这一“建设”增砖添瓦。从这个角度而言，他们也同样是本主编应当感谢的对象。

目 录

主编的话	方晓红 (1)
绪 论	(1)
一、什么是当代文化	(1)
二、社会文化格局之中的文化转型	(5)
三、大众文化与媒介文化	(9)
四、媒介文化研究：现状、方法与意义	(13)
第一章 媒介文化与当代文化转型	(20)
第一节 媒介文化作为一种生活方式	(20)
第二节 媒介文化与大众认同	(24)
第三节 大众传媒与中国当代文化转型	(28)
第二章 消费社会与当代媒介文化	(33)
第一节 现代消费社会的来临	(33)
第二节 消费社会与消费文化	(41)
第三节 消费主义与当代中国媒介文化	(48)
第三章 新型媒介文化人的出现及其意义	(53)
第一节 知识分子的当代转变	(53)



第二节 新型媒介文化人的出现及其意义	(60)
第四章 当代媒介文化传播的重要区域：城市与农村 ...	(68)
第一节 当代都市与媒介文化生产	(68)
第二节 当代媒介文化之中农村地域的边缘化	(73)
第三节 农村媒介文化的构建策略及其重要意义 ...	(81)
第五章 大众新闻作为一种媒介文化形态	(88)
第一节 大众新闻与媒介文化	(88)
第二节 大众新闻的政治经济学	(99)
第三节 中国当代媒介公共领域的建构	(115)
第四节 语言化叙述模式与中国当代电视大众 新闻革新	(128)
第六章 当代运动影像作为一种媒介文化形态	(135)
第一节 大众传播时代的视觉文化	(135)
第二节 虚拟影像空间的诸种体验	(144)
第三节 中国当代历史影视剧的征候分析	(161)
第七章 当代媒介文化形象分析	(169)
第一节 媒介文化形象的制造方式	(169)
第二节 大众传媒之中的国家媒介文化形象	(175)
第三节 大众传媒之中的偶像	(182)
第八章 “春节联欢晚会”的媒介文化分析	(206)
第一节 媒介事件与媒介文化	(206)
第二节 “春节联欢晚会”的媒介文本分析	(218)
第三节 “春节联欢晚会”的媒介文化意义	(228)

第九章 全球文化传播与当代媒介文化	(234)
第一节 全球媒介文化传播的现实语境	(234)
第二节 全球媒介文化传播与国家文化保护策略 ...	(239)
第三节 中国当代媒介文化的交流策略及其反思 ...	(252)
第十章 组建富有中国特色的文化产业	(263)
第一节 文化产业与媒介文化	(263)
第二节 组建富有中国特色的文化产业	(270)
第十一章 走向当代媒介文化的生态系统	(277)
第一节 作为一种生态系统的媒介文化	(277)
第二节 中国当代新闻业界侵权与媒介文化生态 ...	(279)
第三节 广告插播与中国当代媒介文化生态	(289)
第四节 媒介素养教育与中国当代媒介文化生态 ...	(299)
后 记	(311)
主要参考书目	(313)

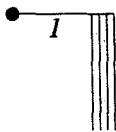
绪 论

短短的五六十年,文化传播的媒介发生了多次革命性变革:从纸媒介的革命、无线广播媒介的革命、电视媒介的革命,直到如今发展迅猛的互联网多媒体革命,传播的媒介发生了变化,传播的方式发生了变化,传播的内容实际上也发生了变化。人类历史之中,媒介从来没有像现在这样发挥着如此巨大的作用。媒介制造着社会现实,左右着我们的视听,当代文化成为一种媒介文化。

一、什么是当代文化

有的理论家讲,“文化”是英语语言中两三个最复杂的词汇之一。的确,文化是一个非常复杂宽泛的范畴。法国社会学家莫兰认为,“文化”一词本身“完全是个文字上的陷阱”,“一方面,‘文化’这个词在完全的意义和杂烩的意义之间摇摆,另一方面又在人类学、社会学、人种志学的涵义和伦理学、美学的意义之间摇摆”。^① 广而言之,几乎所有与人类有关的活动都可以泛称为文化;小而言之,一首诗、一部乐曲、一幅绘画则是文化

^① [法] 艾德加·莫兰,《社会学思考》,第352页,上海人民出版社,2001年版。



的典型。因此，给文化下一个明确的定义是非常困难的，也是几乎不可能的。英国著名哲学家威廉斯曾从三个层面对文化作出精妙的探讨：一，文化是指智慧、精神和美学的一个总的发展过程。从这个角度看中国文化，我们想到的是古代的儒家文化、道家文化和灿烂的诗歌艺术、绘画艺术等等，这一层面的文化涉及到伟大的哲学家、思想家和艺术家以及文化传统的传承性；二，文化是某一种特定的生活方式，无论它是一个民族的，还是一个时期的，或者是一个群体的。这一层面的文化与节日和生活状态的发展有关，也与人们受教育程度、娱乐等方面有关，因为正是这些因素决定与表现了社会之中的生活方式，组成了社会的文化形式；文化的第三个层面是智慧，特别是艺术活动的成果和实践。^①总的来看，威廉斯探讨了文化的三个方面或三种用法。第一种“文化”突出了文化的历史积淀特征，比较适于考察某种文化传统，具有比较强的精英主义与教化特征。第二种“文化”强调了文化的共时特征，把文化看成一种生活方式和生活状态，是一种生活现象的总和。这个文化定义比较适合考察某一时段的文化现象。第三种“文化”突出了文化的符号化、文本化的特征，即文化是通过某种媒介传播的文本类型，传播媒介有历史变化，文本类型也有历史变迁，因此，这种文化定义之中既有诗歌、歌剧、绘画等传统文化形式，也有肥皂剧、卡通片、MTV、时装等当代文化形式。美国社会学家菲斯克等人认为，20世纪60年代后半期以来，文化的观念主要在马克思主义、女权主义与多元文化主义的框架中得到修订，“文化被视为社会活动中的一个决定性部分而不仅仅是一个被决定的部分，所以，对社会权

^① 参见〔英〕约翰·斯道雷，《文化理论与通俗文化导论》，第2页，南京大学出版社，2001年版。

力不平等状态的再生产而言文化是个重要领域”。^① 在这里，文化的重要作用在人们关注社会与意义之间关系的时候被突出地显现出来，文化被致力于揭露阶级、性别、种族和其他方面被自然化了的的不平等，由此不仅体现了社会面貌，也突出了社会实践之中文化的主导作用。这一研究实际是在威廉斯所谓的第二个层面的“文化”范畴之中展开的，不过更加强调了文化的现实意义。“‘文化’一词的两种意义——文化是‘完全的生活方式’和文化是‘意义的产生和传播’——构成了一个周而复始的主题……这种‘文化轮回’的结果使文化处于今天人类科学和社会科学的中心位置，其重要性与其在传统的社会学理论中所处的相当次要的地位完全不同”。^② 这样，有关文化的当代性问题就摆在了我们面前。

相比较而言，“当代”这个概念当然要简单得多。然而即便如此，“当代”这一概念也不是一句话就能够说清楚的。对于西方社会来讲，“当代”这一概念大约可指 20 世纪五六十年代。这一时期是西方资本主义高度发展的时期。资本主义高度发展对社会生活意味着什么呢？是社会财富的高度增长与社会大众的普遍富裕。人人都有了钱要干什么？要消费，要在衣食住行方面提高生活质量，于是一种基于商品消费的大众文化在当代社会迅速崛起，传统的文化格局发生重大变化，文化也由此过渡到当代阶段。对于中国而言，当代文化的起点则向后推移了不少时间。我们知道，1949 年全国解放以后，经过土地改革与城市社会主义改造等等一系列运动，私人分散的市场经济制度被迅速改造成为

① [美] 约翰·菲斯克等编，《关键概念：传播与文化研究辞典》，第 65 页，新华出版社，2004 年版。

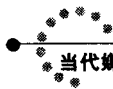
② [英] 保罗·杜盖伊等，《做文化研究——索尼随身听的故事》，第 13 页，商务印书馆，2003 年版。

国家或集体所有的计划经济制度。城市资本主义就此消失。在广大的农村，农民每天到公社报到，下地劳作挣取工分，然后再按照工分分粮食。经过“文化大革命”十年，中国的计划经济发展到极致，物质财富和文化资源却到了极度贫乏的地步。那时，几乎购买任何东西都要票证，比如粮票、布票、肉票、油票、糖票等等，其精确度有时竟然达到半两。那时的人们工资都不多，就是有钱也没有地方花。当时的著名作家浩然写了两部影响非常大的作品：《金光大道》和《艳阳天》，仅从书名我们就可以猜想出当时普遍洋溢的“共产主义”的革命热情。其中给人印象最深的是一句出名的口号：谁穷谁光荣，谁富谁狗熊。当然，这不仅仅是小说中的虚构描写，在当时的现实生活中，农民是一只鸡、一只鸭都不许养，因为这些都是资本主义的尾巴。文化方面，除了铺天盖地的《毛主席语录》、《毛泽东选集》等红宝书和千篇一律的革命小说、革命诗歌以外，人们几乎没有什么可读的；电影除了表现革命战争、阶级斗争的电影之外，一般人也看不到什么其他题材的影片；传统戏剧都被禁演了，全国人民都在看《红灯记》、《沙家浜》和《智取威虎山》等八部样板戏，这些样板戏的叙事模式非常一致，都突出好人与坏人、革命与反革命的尖锐矛盾，其中最有趣的是人物夸张的舞台造型；穿衣则是全国人民一片绿、一片蓝，不仅颜色单一，样式也是十分单一的军装和中山装。男同志发式一律是短发，女同志一律是马尾辫。这些现象近乎天方夜谭，但这实际上就是三十多年前中国社会普遍的文化现象。这种情况基本上延续到20世纪80年代初期。80年代中后期，一些海外文化思潮和大众文化现象开始较大规模地涌入中国。这些文化现象虽然在当时遭到各种非议，如批评邓丽君的歌曲是“靡靡之音”，喇叭裤被称为奇装异服等等。武侠、言情小说是不健康的作品，处于非法盗印的地下流行阶段。然而，无论如何，海外的这股文化思潮已经像无法阻拦的洪水席卷

中国。这种状况对被封闭了四十多年的中国意味着什么呢？意味着人们思想观念与生活状态的巨大变化，80年代因此成为中国文化变迁的一个巨大转折点。通过以上分析，我们发现，所谓的“当代”这一概念不仅仅是历史的时段分期，其中还有文化自身演化的依据。至此，我们可以为“当代文化”作出一个大致的总结：当代文化是文化发展的当代形态，它反映了现阶段的社会文化现象与生活方式，具有鲜明的时代特征。

二、社会文化格局之中的文化转型

当代文化是当代社会发生巨大变迁的结果，与现代文化相比，当代文化具有哪些与众不同的特征呢？首先，大众文化成为当代文化格局中的主导类型。我们知道，从文化的掌有者、享用者、权利特征等方面，文化历来可以分为正统文化、精英文化、民间文化三种类型。正统文化历来为各个政权所掌握与运用，是国家意识形态的一部分，通过一定的文化仪式、文化样式与文化组织机构表现出来，具有权威性、严肃性和专有性等特征，这种文化又可以称为政治文化、庙堂文化、官方文化等，各种称谓在内容方面存在着许多融合之处。正统文化在现代社会虽然有所弱化，但是其重要作用仍然不可忽视，尤其是在现代传媒中，正统文化观念常常会通过一些特殊事件的话语建构突出地强化与表现出来；精英文化常常被看作为知识分子所掌有，拥有一定的文化样式，表现出较强的个体或群体化的风格特征，具有精致、典雅、深刻等风格，具有较强的排他性，与上流文化、高雅文化等文化范畴有一定的融合之处。精英阶层对文化领域的占领是通过掌握并运用文化规则来实现的，而这一过程是一个社会性的塑造、检验与实践过程。因此，精英文化历来与正统文化关系密切，在某些阶段，二者往往会形成相



互渗透的共谋关系；民间文化为民间大众所掌有享用，拥有十分模式化的文化样式，表现出极强的群体化特征，具有通俗、质朴、娱乐的风格，有很强的包容性，与通俗文化、大众文化、群众文化等范畴有一定的内容交叉之处。

以上所讲的三种文化类型在不同的社会文化格局中具有不同的地位和不同关系。（一）传统文化格局之中，正统文化占绝对的主导地位，并往往会通过各种方式强力统摄其他文化类型。中国古代知识分子阶层可以统称为“士”阶层，他们追求生活的品位与精神的自由，在琴、棋、书、画、诗、酒中寄托自己的理想，制造了许多代代相承的意象，比如梅兰竹菊四君子、仙鹤、山水等等，从而形成独特的文化样式与文化风格，精英文化就此形成了一个相对封闭的圈子，这个“圈子”以特殊的文化观念（儒道美学）、话语方式（文言、水墨等）与交往方式（文人雅集）等方面把自己独立起来。“士”虽然最讲究道、仙与洒脱，但同时他们又信奉“修身、齐家、治国、平天下”的儒家出世思想，所谓“学而优则仕”就成为他们实现人生理想的重要途径，影响着每一个读书人。精英文化作为“士”独特的生存之道，虽然时常表露出遗世独立与哀生悼亡等等个人情怀，但是绝不会与正统文化相抵触，而正是在二者之间和谐的“唱和”中，正统文化与精英文化最为奇特地交融在一起。相比较而言，民间文化一般处于社会的底层，一般受到正统文化和精英文化的诋毁和轻视，三者之间的界限十分清晰。当然，在边缘化的状态中，民间文化为了生存，也必须宣传政教思想，从而表现出说教、商业与娱乐等因素相互交织的驳杂特征。（二）现代社会的一个重要特征就是工业化引发了城市和商业的高度发展，城市和商业高度发展的后果是一切都与商业联系在一起，这不仅改变了人们群居时的紧密关系，也把经济逻辑与金钱利益定位为社会最重要的关系。在这种关系中，正统文化与精英文化开始受到重大冲击，

其政治化的说教意义与文化的优越地位受到质疑。为此，正统文化与精英文化都发生了某些质的变化，比如正统文化开始世俗化，简化某些仪式并试图使其教义通俗化；精英文化为了保持自己的地位和特色，则表现出激进主义的风尚，其中最为典型的代表就是20世纪初期开始延续几十年的先锋艺术。先锋艺术以艺术家为创作主体，表现出反通俗、反政府、反异化、反商业等激进思想，总体表现风格晦涩、荒诞、怪异。先锋艺术在一定时期成为西方精英文化的代表，表现出鲜明的时代特征。现代社会之中，大众文化的出现与迅猛发展成为一个突出的现象。有关大众文化的定义历来众说纷纭，我们认为，大众文化是现代社会的产物，与社会大规模的工业化、城市化与商业化发展息息相关。美国社会学家麦克唐纳1944年曾撰文分析了大众文化与民间文化之间的不同，他认为民间文化发端于下层，它是民众自然而然的经验表达，不受高雅文化的恩惠，为民众自享，满足自身的需要。大众文化则是从上面下达，是商人所雇佣的技师制作的。^①大众文化代表了一种贬值的、浅薄的、表面的、人造的和标准化的文化，这种文化削弱了民间文化和高雅文化的力量。大众文化破坏了传统文化格局之中各种文化形式之间的区别，对精英知识分子的地位造成巨大的威胁。因此，麦克唐纳一方面觉察出了大众文化少有的民主特征，另一方面，他更加关注的是大众文化所带来的“威胁”，他认为，大众文化所构成的威胁是“由于它的同质性、它拉平或降低一切文化的能力，以及按它自己的形象评论自己的能力”。^②可见，大众文化的“威力”来自其自身的包

① 参见陆扬、王毅，《大众文化与传媒》，第19页，上海三联书店，2000年版。

② 参见〔英〕多米尼克·斯特里纳蒂，《通俗文化理论导论》，第22页，商务印书馆，2001年版。

容性、杂糅性与商业逻辑，在这样的状况下，民间文化的娱乐性与通俗性等特性就会被大众文化“借鉴”过去，并通过大众传播消融其地域性、种族性等个性特征，由此，某些民间文化形式可能广受欢迎而成为大众文化形式，而某些民间文化形式则因为不易“改造”而日趋衰落。总的看来，现代社会之中，大众文化的改造与整合作用是明显的，传统文化格局之中的文化界限虽然基本上还保持着，但是，大众文化作为一种最具力量的文化形式开始强烈地颠覆文化传统。因此，这一时期是文化的激变期，充满了文化转型的对立、渗透与争论等驳杂之色。（三）当代社会的重要特征是西方社会的城市化和商业化过程已经完成，西方社会进入后现代社会阶段。所谓的后现代社会在社会、经济与文化等方面均表现出独特的性质，仅从文化的角度分析，后现代主义创造了一个新的历史时期：“后现代性，也就是后工业时期，是一个信息、电脑、大众媒体、大众传播的年代”。^① 现代社会文化格局中，三种文化的驳杂之色已经渐渐褪去，基于消费社会的大众文化成为社会文化格局的主导文化形式，当代文化越来越成为一种生活方式，成为一种社会生活与实践。正统文化越来越退到幕后，从管理、经营的职能转化为监督的职能，这就使以前一些正统文化形式越来越具有商业化与娱乐化等大众文化因素。先锋艺术此时因其晦涩与反商业性等特性越来越被挤压到社会文化格局的边缘，成为强弩之末，精英文化执行者的身份开始分化，要么钻进象牙塔，自娱自乐，要么加入大众文化的行列，成为新型媒介文化人与大众文化的制造者。

^① [澳] 约翰·多克，《后现代主义与大众文化》，第142页，辽宁教育出版社，2001年版。

三、大众文化与媒介文化

(一)

大众文化在英语中有两个对应词：popular culture/mass culture。国内学界目前对这两个词汇的翻译也不太统一，大致有大众文化/通俗文化/群众文化/大量文化等，我们在本书的分析中将统一使用“大众文化”这一称谓，这一范畴比较恰当地概括了当代消费社会与信息社会之中流行文化的风貌，表现出当代流行文化通俗化的、群体化的、大量制造与媒介化等突出特征。莫兰分析认为，大众文化并不是大众媒介自然而然地生发出来的东西。“然而，这却是一种在大众媒介上发展，也是一种由于大众媒介才发展起来的文化，其发展的历史活力是工业、资本主义、资产阶级现代社会所特有的，大众传播的技术为发展开放了市场，在这一市场上，文化产品是按照供求规律作为商品提供的”。^①可见，大众文化与大众媒介的关系异常密切，大众媒介在当代社会并不仅仅是一种媒介形式，重要的是，大众媒介是当代社会的媒介化与文化存在、传播的基本介质。实际上，随着社会经济的发展，大众媒介本身早已成为商业化工业生产的一个重要部分，当代文化不仅仅通过大众媒介来传播，更多的情况是许多文化形式就是大众媒介制造与特有的。因此，在这种程度上，我们完全可以认为，当代文化就是媒介文化。当然，我们在分析媒介文化时，眼光应该相对放开。通过以上分析，我们认为大众

^① [法] 艾德加·莫兰，《社会学思考》，第391页，上海人民出版社，2001年版。