

热风学术

热风学术 | 第一辑

REFENGXUESHU

主编 王晓明 蔡翔
执行主编 雷启立

第 1 版 (2015 年 12 月)

第 2 次印刷 (2016 年 1 月)

越南學術 | 第一輯

越南社會科學院學術論文選編

主編：陳國棟
副主編：陳國棟 陳國棟

ISBN 7-309-06000-0
定價：35.00 元

热风学术 | 第一辑

REFENGXUESHU

主编：王晓明 蔡翔
执行主编：雷启立

广西师范大学出版社
· 桂林 ·

图书在版编目(CIP)数据

热风学术(第一辑)/王晓明,蔡翔 主编. —桂林:广西师范大学出版社,2008.3

ISBN 978-7-5633-7375-8

I. 热… II. ①王…②蔡… III. 社会科学-文集 IV. C53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 013366 号

广西师范大学出版社出版发行

(广西桂林市中华路 22 号 邮政编码:541001)
(网址: <http://www.bbtpress.com>)

出版人:肖启明

全国新华书店经销

销售热线:021-55395790-103/168

山东新华印刷厂临沂厂印刷

(山东省临沂市高新技术产业开发区新华路东段 邮政编码:276017)

开本:960mm×1380mm 1/32

印张:8.5 字数:260 千字

2008 年 3 月第 1 版 2008 年 3 月第 1 次印刷

定价:38.00 元

如发现印装质量问题,影响阅读,请与印刷厂联系调换。

电话:0539-2925659

目 录

阅读当下

从建筑到广告

——最近十五年上海城市空间的变化/3

从亚洲金融危机看香港金融地产结构的困局与出路/24 许宝强

“想象的欧洲” 李玉璠

——台湾房屋广告与符号消费/43

重返现场

空间与社会:作为社会主义实践的城市改造 陈映芳

——上海棚户区的实例(1949-1979)/75

略谈 1950 年代工人的物质生活 袁进 王有富

——以某钢铁厂的工人生活为例/99

文化诉苦:1950 年代上海工人之言说政治/112 丁云亮

再解读

社会风景的寓言:解读陈凯歌的《孩子王》/133 张旭东

革命文学的“激活” 程光炜

——王蒙创作“自述”与小说《布礼》之间的复杂缠绕/162

“静物写生”中的艺术变奏 董之林

——关于两位“十七年”女作家/175

热风

改革物语(之一)

温铁军

——关于改革的通俗解释/187

理论·翻译//特约编辑:苏哲安

创新时代/199

苏哲安

诸众理论:初论未来政治主体的形象决断与可塑性/201

苏哲安

灵活人格:一种新的文化批判/221

赫姆斯

从生命权力到生命政治/241

拉札瓦多

诸众的政治/251

市田良彦等

诸众与工人阶级

——拉札瓦多采访维尔奴/261

编后记/264

阅读当下

从建筑到广告

——最近十五年上海城市空间的变化*

王晓明**

我是上海人,从出生到现在,除了少年时代断断续续到郊区劳动过一年多,中年以后去国外长长短短居住过两三年,我一直没有长时间离开过市区。我出生在上海最雅致的购物街——淮海中路附近的一所医院里,也在这条路附近、因为昔日的法租界而形成的上海最安静的住宅区里长大;中学毕业进了北京西路上的—家工厂,五年间,几乎每个月都要去杨树浦的一家协作工厂干半天活,那周围有一所历史久远的监狱,更密集了大大小小的各类工厂;后来进大学读书、教书,就搬去了苏州河边——我现在也还是住在那里,那曾是老上海另一处工厂密集的地方;因为送女儿去浦东张江读高中,有三年时间,我差不多每周都要沿着龙阳路,在齐刷刷排列的新式公寓楼群间穿梭一回;后来她读大学了,学校位于闵行——1950年代新建的位于南郊的工业区,我也就因此熟悉了那一带尘土飞扬的公路和两边高矮参差的建筑;五年前,我获得母校之外的另一所大学的教职,那大学是在市中心北面的大场镇,于是我很快看熟了它附近一家挨一家的物流仓库的大门和进出其中的噪音巨大的卡车;三年前,在

* 本文是我计划中的一组4篇文章的第1篇。整组文章都是围绕着1990年代以来中国大陆新的主流意识形态与房地产市场及其广告工业(以上海为例)之间的关系而展开的。这组文章的写作部分地受到了上海市教育委员会的研究基金的资助。

** 王晓明,上海大学文化研究系教授,华东师范大学中文系教授,主要著述有:《无法直面的人生——鲁迅传》、《潜流与漩涡》、《追问录》、《所罗门的瓶子》、《刺丛里的求索》、《半张脸的神话》、《思想与文学之间》等。

崇明觅得一套一室半的旧公寓,一有空就去那里看书发呆,我竟然连这上海唯一剩下的农业县,簇新的宽阔的公路,被遗弃在大片稻田间的昔日农场的破败砖房,都差不多了如指掌了……

啰啰唆唆讲这么多,是要说,对上海的大街小巷、中城远郊,我是积累了一肚子的记忆的。因此,我和那些惊叹:“哇,这么多高楼!”的外来者不同,一面强烈地感觉城市各处的新的景观,一面却常要想起这些地方原来的样子。正是这顽固不化的记忆,不断地将我引向这样的问题:最近十五年,上海的哪一些空间,是被缩小、改造、甚至差不多完全消灭了?取而代之的,又是怎样的新空间?

—

第一个大面积缩小的空间,是工业空间。如果倒回去二十年,任何一列进上海的客运火车的播音员,都会在车厢的广播中这样介绍上海:“中国最大的工业城市……”1959年美国黑人作家杜波伊斯访问上海,特别被安排登上苏州河口的上海大厦——当时上海最高的建筑之一——的高层阳台,鸟瞰烟囱林立的社会主义新都市景观。^[1]的确,作为这“新都市”的最主要的空间表现,1950年以后的三十多年间,上海在原有的工业建筑以外,新造了大量的工厂、仓库和码头。它们不但聚集在闵行那样的郊区,更有许多直接就分布在市中心,甚至挤进弄堂里。我当年做工的那家工厂,就是坐在一条长长的弄堂的末端,而它周围,就是现在的北京西路江宁路口一带,走不了几步就是一家工厂,仓库,或者售卖机械工具的商店,四散出机油和铁屑的气味。1980年代中期,我迁入普陀区的苏州河附近居住,一度还颇后悔,因为听邻居说,四周都是大工厂,特别是有两家很大的化工厂,弄得这一带“肺癌发病率很高”。当然,这里说的工业建筑,并不只是指厂房,那些在工厂密集的地方建造起来的工人新村,也是它的一部分。^[2]这是一种特别为工业人口——最初甚至只是其中的优秀者——建造的住房,其中的生活经常就像是工厂生活的延伸,^[3]同一幢楼里的邻居,很可能就是进出同一扇厂门的工友。正是这些数量庞大、新旧杂陈的工业建筑,和在其中展开的从早到晚的规律的生活,一起组成了上海的社会主义的工业空间。不用说,1949年以后的四十年里,它是这座城

[1] 当时陪同者之一为上海市委文委书记张春桥,他后来在一篇题为《攀登新的胜利高峰》的文章中特别提及此事。

[2] 与此类似的,还有也是从1950年代陆续兴建(或改建),遍布各中心城区和郊县的工人文化宫和其他“群众文艺”场所。

[3] 例如曹杨新村(这是1950年代初上海建造的第一个工人新村),据居住其中的蔡翔先生回忆,直到1960年代晚期,曹杨新村的一些楼房里还保留着这样的习惯:上完夜班回家睡觉的职工,在自家门口挂一块写有“夜班”字样的小木牌,这样上下楼梯的顽皮的孩子们,就会在经过的时候降低声响,使其能安眠,晚上精神饱满地上夜班。

市中扩展得最快的一种空间。

可是,十五年“城市改造”下来,这个空间已经十不存一。^[4]内环高架路以内,原有的工厂——更不要说仓库之类——差不多悉数关闭,或者迁往异地了。我做工的那一家工厂,就在1997年最后摘下了厂牌,令工人再也无班可上。曹杨新村的居民,更早早扔掉了那些小木牌,甚至都不记得这里原先是名为“工人”新村了。那些建在城区外围的规模较大的工厂,多数也都锁上了大门,如坟墓一般安静。我住处附近的粗粗细细的烟囱,就全都熄了火,那一带的天空,重归清澈。原先有一路公共汽车,是专为了附近工厂的职工,特别到我住处背后的街区转一圈的,如今自然是停驶了。我走在空荡荡的道路上,发现一处已经拆光了行车架的工厂的旧址,忽然铺了一层薄薄的水泥,改做停车场了。有知情人透露:这原是号称“上海首富”的周正毅攫得的地皮,^[5]因为他东窗事发,所以变了这样。在崇明岛,我那小公寓左近五分钟的步行距离内,原先曾有三家规模不小的工厂,如今也都一片空寂,枯藤爬满药房的墙面,破碎的窗玻璃上,弋荡着蜘蛛网。当上海的浦东和北面的昆山、苏州等地,大大小小的美国式工业园区迅速铺开的同时,上海市区内外的“社会主义”工业空间,却同样迅速地萎缩了。

另一个明显萎缩的空间,是公共政治的空间。当代初期对城市空间的一大要求,就是要方便组织大规模的政治集会和游行。^[6]因此,1950-60年代上海新造的城市建筑,除了工业建筑之外,最醒目的就是广场和一系列大型的会场:人民广场,中苏友好大厦、文化广场……^[7]不仅如此,各级政府机关和工厂内,以各种各样的方式——从改造戏院到新建礼堂,形成了无数大小不一的政治集会的场所。经常有数以十万计的群众列队通过人民广场,向观礼台上的首长致敬。大大小小的礼堂和会场里,更是频繁地聚集人群,跟随主席台上发出的不同指示,高呼愤怒的口号,表达热烈的喜悦。不过,有些时候,一些混乱的,甚至与执政者的意愿明显不合的气氛,也会在这样的空间中聚集。“文革”初期,是“造反派”在文化广场“揪斗”上海市长和市委书记;“文革”末期,则是上海的“革命委员会”——“文革”时期市政府的正式名称——指挥武装民兵列队通过人民广场,向新的中央政府示威。

[4] 上海市有关人士在1994年表示:“政府打算在2010年以前,迁移或关闭市中心区106平方公里范围内(即内环线内)的三分之二的工厂。”见Pamela Yatsko: Future Shock: Shanghai Remarks Itself as Workers Search for a Role,《远东经济评论》(Far East Economic Review)1996年8月29日,页59。虽然还有一些工厂,至少到目前为止,因为种种原因仍在原地(其中最主要的一类原因,是有大量原来的职工未能得到妥善安置,各种遗留问题被与厂房和厂区土地捆绑在一起,大大增加了该地块的“受让”成本),但它们大都已停止正常生产,职工也多被遣散,那依照建筑而形成的整体的工业生活/空间,实际上是从这些工厂消失了。现在留存的,只是这生活/空间的废墟,因为废墟下面有地皮,这其实是被视同垃圾的废墟,才成为了仿佛是待价而沽的商品。

[5] 据《财经日报》记者调查,周正毅控股的农凯集团在普陀区长风公园附近拥有“200多公顷的土地”。见张立伟:《周正毅“上海王国”崩塌》,《财经日报》第519期(2003年6月7-13日)6版。

[6] 中华人民共和国成立的当天(1949年10月1日),毛泽东就建议改造天安门广场,将其修建为“规模宏大的广场”。参见舒可文:《天安门广场断代史》,《三联生活周刊》2006年11期(2006年3月27日)。一直主张保留古都风貌、反对大规模改造老北京的建筑空间的梁思成,也终于明白了,这主要并非关乎建筑,而是关乎政治:“关于广场尺度……我们体会到,除了生物学的人的尺度和合乎他的生理学的建筑的尺度之外,我们还必须考虑到政治的人,新社会的人所要求的伟大集体的尺度。”见梁思成:《天安门广场》,《建筑学报》1959年第9、10期合刊,页12。

[7] 人民广场,建于1953年,系利用原跑马厅(1951年由市军管会收归国有)改建而成,四周围着一圈树林,中间铺地砖和水泥,是上海最大的集会场地,可同时供百万人集会。中苏友好大厦,建于1955年,建筑面积为8万平方米,在当时是上海解放以后建造的最大的建筑物,至今依然是室内空间最大的建筑。文化广场,建于1952年,系利用原赛狗会场地改建而成,设有12500个座位,为当时上海最大的室内会场。

如今,这一切都似过眼烟云,不但在人民的记忆中日渐褪色,更在城市的建筑空间中被抹得一丝不剩。中苏友好大厦早已改名为“上海展览馆”,一个接一个的房产展销会在其中竞相绽放。人民广场历经多次分割,大部分地面被新建筑——从气势轩昂的大剧院、博物馆,到下沉式的商业街、停车库——圈占,只留下狭长的一条供车辆通行,名存实亡。文化广场,则先是被改成一处巨型的花卉市场,^[8]接着又被拆得只剩一个边角,为一座新的“音乐广场”腾出地方。随着群众性集会越来越彻底地退出上海市民的生活,其他那些大大小小的礼堂、会场,绝大多数都顺理成章地挪作他用。当然还有别的大型聚会:演唱会、表演赛……人们也会激情投入、如狂如醉,但那已经与公共政治无关,你甚至可以说,体育场里歌迷的尖叫,正是公共政治空间——从建筑的到心灵的——大面积缩小的征兆之一。

还有一种空间也明显缩小了,就是以弄堂口、老虎灶^[9]、烟杂店和小马路为中心的闲站和聊天地域。上海人是喜欢与人搭讪的,交头接耳、飞短流长,正是这座城市的特色之一。上海人又是有时间搭讪的,无论一般的气氛是怎样辛劳紧张,总有一些人能够袖着双手,悠闲地东张西望;就是早出晚归的劳动阶层,放工回家了,也一样要和邻居说几句闲话。偏偏1950年代以后,上海人的居住条件十分局促,^[10]比较富裕的人去电影院之类的地方消磨闲暇,低下收入者便只有在住处附近开辟免费“休闲”的空间了。首先是去弄堂口,这是弄内的交通要口,足可面观所有居民的进出,又紧贴人行道,能将大马路上的各色人车尽收眼底。倘是较大的弄堂的进出口,左右往往有一家老虎灶,你尽可去灶边的条凳坐下,泡一下午茶,与打水的街坊们从容交换市井传闻;或者一家烟杂店,老板娘极乐意隔着窄小的柜台,与你一起收传各种闲言碎语。至于小马路边那些低矮棚屋里的居民,只要不是雨天,一定将饭桌、竹榻、小板凳搬上路面,聊天、吃饭、看晚报、下象棋、摇着蒲扇赶蚊子,打了赤膊睡大觉——也只有这些小马路上的热风,能让他们在天亮前的酷暑中安睡几个小时。太平无事的时候,这些空间里多半尽是三姑六婆,东家长西家短,但一有风吹草动,那就什么天大的事情,都首先在这里传布、变形。广播和报纸越是千篇一律,弄堂口和小马路边的流言就越动人,无权无势的升斗小民,除了这些地方,

[8] 2005年3月,我曾问其中一位本地口音的花摊业主:“你知道这里原来叫文化广场吗?”“文化什么?”她一脸茫然。

[9] 上海特有的一种售卖热水的小商店。

[10] 上海的住房短缺,并非始于1950年代,早在20世纪初,住房短缺的情形就已经发生。1949年上海市区住宅居住面积总计1610万平方米,人均仅3.9平方米。1952至1985的32年间,市区共新建2172万平方米的住宅,而市区户籍人口也从530万增加到698万,因此,1985年市区人均居住面积只有5.4平方米,住房短缺的问题依然严重。见上海市统计局编:《上海统计年鉴1986》,上海人民出版社,1986,页18和412。

又有何处可以觅取自己相信的消息呢?正是在这个意义上,我要说,在区、街道和里弄三级政府以各种行政计划和组织活动,逐渐将上海人的业余生活严密地覆盖起来^[11]的同时,这些引聚闲人、滋生流言的弄堂口、老虎灶、烟杂店……却自发地形成了一种非组织的社区公共交往的空间。

现在不同了。老虎灶已经绝迹。烟杂店正快速地被各种连锁便利店取代。虽然一些新形成的城乡交错地区,新开了许多同样——甚至更——窄小的夫妻老婆式的日用品商店,那里面的老板或老板娘,却和绝大多数前来光顾的消费者一样,都是“外来人口”^[12]不但融不进本地居民的生活,还随时可能消失,形不成一块稳定的交往空间。^[13]弄堂,虽是老上海民居的特色之一,也被拆得日渐稀少。那些弯曲狭窄的小马路,不是被改了道,就是被拉直、拓宽,两边原有的简陋住房也随之消失,车水马龙,废气噪声,昔日的杂乱、安静、“公”“私”交错、街谈巷议……差不多一扫而空。当这城市的建筑空间被收拾得越来越整齐的时候,当流动人口越来越多,居民们习惯于关紧大门,甚至都不大知道楼上楼下、左右隔壁是住了谁的时候,当媒体的聒噪铺天盖地、年轻人越来越沉迷于网络和游戏机房的时候,这指指点点、口耳相传的流言和议论的空间,自然要萎缩了。^[14]

二

在这十五年里,又是哪一些新空间冒了出来、或者快速膨胀起来了呢?

我首先想到的,是各种快速干道:地面的、地下的、高挂的……它们上下交叉,互相纠结,令你禁不住发生错觉,似乎这城市陷在了一个巨蟒堆里。其次是商业空间。^[15]许多原先没有商店的地方:大学的院墙内外、候车、候机和候船大厅,甚至一些居民楼里,更不要说地铁车站了,现在都摆出形形色色的货柜,布成或大或小的商铺。中心城区里,购物中心鳞次栉比,^[16]边缘一点的地方,“大卖场”(仓储式超市)成群盘踞^[17]。随着20世纪早期一个流行词“写字楼”的再度流行,大批不同价格的办公楼拔地而起。奢华如“五星”或“白金五星”级酒店,“经济”如Motel或Hostel旅社,各种星数不一的宾馆源源不断地开张,将“入住率”抬成一个媒体评论城市经济的常用指标。一面

[11] 参见张济顺:《上海里弄:基层政治动员与国家社会一体化走向(1950-1955)》,《中国社会科学》2004年第2期。

[12] 这是最近二十年在上海日渐流行的一个新词,指来自外省(主要是农村地区),在上海居住,却没有获得上海户籍的人。据上海市统计局2006年3月的报告,上海的“外来就业人口”为375万人,其中284万人集中在制造业、建筑业、零售和餐饮业,从事收入较低的体力工作。如果考虑到还有大量未被统计在正式“就业”范围内(例如从事家政服务)的人员及其子女,“外来人口”的总数当在400万以上。

[13] 举一个最近亲见的例子:我所住的小区东南角的外面,有一排“外来人口”开设的小店:玻璃店、小饭馆、杂货店,等等,总数在十家以上。它们已经存在了一年多,可就在动笔写这篇文章的前两天(2006年7月下旬),几乎是一夜之间,它们全都消失了,房子也被拆了,只见一台掘土机,在它们的废墟上进退退。原因很简单:市政工程需要拓宽马路,这些店的位置恰在规划的路面之内。

[14] 由于40岁以上的本地工人和职员的大量“下岗”,在普通工薪阶层聚居的居民小区里,经常可以见到三五成群的中老年人,聚在一起打牌、打麻将,或者站在旁边闲看。在某种意义上,这也是上述“非组织的社区公共交往空间”在新的生活条件下的一种延续,因此,该空间并不是完全从上海人的生活中消失了。

[15] 1990年上海的商铺总面积为403万平方米,旅馆总面积为658万平方米,而2004年这两种场所的总面积分别为2857万平方米和2204万平方米,增加了7倍和3倍多。倘再加上商业性的办公楼,商业空间的膨胀就更惊人。见上海市统计局编:《上海统计年鉴2005》,中国统计出版社,2005,页198。

[16] 以中山公园地区为例,虽是上海最早发展起来的休闲区域之一,可直到1980年代中期,这里却仅有1家较小的百货公司,其他零售业的发展也很缓慢。但是,最近十年内,随着地铁2号线和轻轨3号线的中山公园站的相继建成,这个地区,500米距离内,接连建起了5家多层的购物中心,其中最新落成的一家,整个建筑高达58层(包括地下4层),其中购物中心占了9层。

[17] 截至2005年底,上海市区范围内,营业面积在5000平方米以上的综合性“大卖场”(hypermarket)有97家,另有28家已经选定地址,即将开业。因为数量太多,其中相当一部分的盈利主要不在零售利润,而在其占据的地皮的升值。参见刁雯璐:《上海大卖场业态的现状与发展趋势分析》,《上海百货》2006年第3期。

[18] 截至2005年底,上海的商业地产总面积约达2900万平方米,户均1.6平方米,远远超过香港(1.2平方米)。参见恒力(豪胜行房地产研发中心分析师):《商业地产浮华背后》,《新民周刊》2006年第3期。

[19] 1990年,上海的办公建筑的总面积不到600万平方米,而2004年这一数字已经达到4012万平方米。见上海市统计局编:《上海统计年鉴2005》,中国统计出版社,2005,页198。我现查不到能说明这增加的面积中有多少是商业性的“写字楼”的统计资料(即使获得此类数据,也不够,因为大量国有垄断机构租用了面积巨大的商业性“写字楼”),但即使取其中的十分之一,政府办公空间的扩展也很可观。

[20] 这并非上海一地的现象,可以说全国皆如此,特别是一些经济水平比较低的城镇,政府、银行、税务和警察机关的楼宇之巍峨豪华,常与周围其他建筑的低矮破旧,形成刺目的对比。

[21] 1978年上海市区的户籍人口为557万,人均住房居住面积为4.5平方米;2004年上海市区的户籍人口增加到1097万,人均住房居住面积为20.4平方米,26年间,人口增加不到1倍,而人均住房面积增加了4倍多。参见中国人民银行房地产金融分析小组:《2004中国房地产金融报告》(2005年8月5日)。而据建设部2006年7月4日发布的《2005年全国城镇房屋概况统计公报》,2005年上海城镇(包含崇明县)人均住宅建筑面积已达33平方米。

[22] 你的时速可能只有10~20公里/小时,因为这条路已经变成市区内堵车最严重的道路之一。

[23] 1991年到2004年间,上海新建的住宅建筑面积约为2.3亿平方米。见上海市统计局编:《上海统计年鉴2005》,中国统计出版社,2005,页31。需要说明的是,可能是由于统计方法不同,各种机构提供的有关上海市区住宅面积的统计数据并不一致。

是面积的巨大扩展,^[18]一面是样式的愈益整齐:购物中心通常自称某某“广场”,逐层分列几十家连锁专卖店;超市则一律连锁,以货架密集地造出尺寸不一的购物迷宫;办公楼里,一色的玻璃门和塑胶板,隔成蜂巢般的狭窄空间,令蜗伏其内的人越来越觉得自己像一只工蜂;宾馆酒店,也是连锁之风渐盛,设施风格趋同,以至住客常常忘记:“我上次住的是哪一家?”商业空间这愈益标准化的急剧膨胀,突出显示了今日上海空间变化的一大趋向:尽快抹去昔日遗留的种种特色,给自己换上想象中的“国际大都市”的标准相貌。

第三个,就是国有机构的办公空间,它的扩展非常特别,主要不是表现为占地面积的扩大——虽然这方面也很可观,^[19]而是表现为建筑样式的豪华升级。进入1990年代不久,先是银行,接着是各级税务、电信、报社、电视台、法院和警察部门,最后是市、区乃至更低级别的政府,纷纷盖起了豪华的办公大楼:大理石面的厅堂、中央空调系统、锃亮的实木地板、配有单独洗浴设备的“总裁级”办公室……^[20]“办公”的涵义既然不断变化,办公室之外的其他公务空间也相应膨胀:餐厅、咖啡吧、定点接待酒店、培训和度假中心……有些就设在办公楼里,更多的是放在远郊和外地。偏僻如崇明岛,也就有一所这样的酒店,人迹稀少,鸟语花香,平日也接待旅人,但不甚积极,一有“领导同志”要来,立刻闭门清客:豪华商业空间和办公空间的界限,越来越模糊了。

不过,扩展得最快、规模也最大的,还要算住宅空间。倘从飞机上俯瞰上海,你会发现它像一片望不到边的晒砖场,密密麻麻排列着直立砖坯式的住宅楼。^[21]十五年来,这晒砖场的范围扩大了不止一倍。1970年代晚期我读大学时,金沙江路还是一副窄窄的郊区公路的模样,两边行道树的下端刷了石灰水,在阳光下白得耀眼,树背后不远处,就是一块一块的菜田。可现在,这条路屡次拓宽,也屡次延长,路面充斥市声和废气,两边密集高楼,你就是沿着它向西驱车一小时,^[22]可能依然走不出住宅楼的包围。在上海,类似金沙江路地区这样的住宅楼的爆炸式“发展”,何止十百?^[23]

但是,这座城市的住宅空间的扩展,并不仅仅如你从飞机上看到的,只是住宅数量的剧增,市区面积的扩大。它更造出了一



图一

种新的空间形式,一种以住宅为中心的组合同空间的形式。十五年来,这新的空间形式不断蚕食和改造原有的其他空间,大有一股要覆盖整个上海,至少也是其大部分地域的势头。

什么叫以住宅为中心的组合同空间?你从市中心往西南、北方和浦东方向走,到那些新的大型住宅区看看就知道了:整个地区的规划,完全是以住宅为中心的,其他所有的项目:地铁站、公交车站、超市、学校、餐馆、诊所……

都成了住宅楼的随从:既没有自己的选择,住宅楼给你空出什么角落,你就乖乖地在那里蹲着;^[24]也和其他地方的同伴无关,要在这里建一家公交车站吗?不用看城市的交通规划书,就看住宅区的设计图,那里面有,就建,没有,拉倒!^[25]

当然,新的组合同空间并非只在市区边缘铺开,它也在市中心持续扩展。或者把老房子成片地拆掉,像在浦东新区一样大刀阔斧地建设;^[26]或者见缝插针,先造两幢昂贵的公寓楼,然后一家一家地改造周边环境:迁移工厂、关闭仓库,逼走书店、翻造商铺……酒吧和饭馆多多益善,与“休闲”无关的一概免来;公共交通噪音太大么?干脆把车站也搬走^[27]……十五年来,市中心的许多街区^[28]变得越来越干净,越来越“休闲”,满眼是别致的咖啡馆、小巧的专卖店,连花店的花卉都比别处鲜亮而多姿。出没其间的人也不同了,穷人越来越少,富人越来越多,中国人越来越少,外国人越来越多。^[29]就在中心城区的新公寓楼一幢比一幢更漂亮、价格也一幢比一幢更惊人的同时,它们附近的许多街区也改了容颜,不再是都市中一片声光化电的躁动的交汇场,而越来越像高级住宅区里一块安静、“温馨”、应有所有的休闲角。^[30]

[24] 事实上,凡是运作较为成功的住宅开发公司,都已经将这些项目看作楼盘的“附属设施”,列入了自己的规划图。例如上海万科地产有限公司编辑印刷的《万科生活》2005年第5期,就专门有一个招商栏目,详细列出万科在上海开发的3个楼盘的各种附属设施(保健按摩、宠物医院、书店、儿童摄影、咖啡馆、餐厅、牙科诊所……)的位置、面积、业务种类,规定得非常具体。

[25] 公共服务设施的这一“随从化”的主要后果是:(1)对它们的投资与房地产投资结合得过于紧密,后者越大的地方,往往越容易引来前者,这势必导致公共服务的变质:愈益集中于中上阶层的居住地区,在其他地区则更其稀疏;(2)随着房地产投资的私有化和国际化程度的不断提高(截至2006年底,上海地区的房地产投资总额当中,来自政府财政收入的部分所占的比例已经降至15%以下),政府对公共服务的长远和整体的规划——更不用说其实施——势必越来越困难,公共资源的浪费、使用不当等弊病,也更容易恶性膨胀。

[26] 例如复兴中路嘉善路一带的“旧区改造”。在淮海中路南面的太平桥地区建造起来的“上海新天地”及其周围的整片地区,更是这方面的一个著名的例子。

[27] 和过去总是将公交车站尽可能安放在居住区主要进出口附近的做法不同,十五年来,市中心的新楼盘入口附近,很少能继续保持或新设公交车站。原因首先是,这些楼盘价格普遍昂贵,居民一般为中上或高收入阶层,无需搭乘公交车,因此,在这些楼盘及其附近的休闲区域,公交车辆及其停靠车站,通常被视为是噪音和废气的来源而不受欢迎,甚至被认为有碍市容。此外,市中心常住人口(特别是需要搭乘公交车车辆的低收入常住人口)持续减少、汽车总量剧增而市中心原有道路一般都较狭窄等原因,也使公交公司和交通规划部门愿意收缩市中心区域内公交车车辆的行驶和停靠密度。需要补充的是,市中心区内公交停靠的这种收缩,因为种种原因,并不必然转变为对其他中低价格的住宅区的公交服务。可参见注25。

[28] 例如徐汇区北部(特别是衡山路、淮海西路一带)、卢湾区中部(特别是淮海中路两边)和静安区南部(特别是南京西路一带)的一些街区。

[29] 据美联物业(香港)静安、徐汇区域总监黎志贤介绍:“在上海中心城区拥有两套以上住房的人,确实以港澳台人士和外籍人士为多……租住在这里的一般都是老外,租金起步价是1000美元,一间房哦。”见记者:《新租房时代》,《新华每日电讯》2006年7月16日第7版。

[30] 2006年9月,瑞安公司(“上海新天地”的开发商)借它参与筹办的一场秋冬时装展示会,公布了“上海新天地”的新的自我定位:“上海具国际视野的品味阶层休闲生活中的‘起居室’”。参见记者:《“新天地”定位上海起居室》,《新民周刊》2006年第44期,页82。

[31] 举一个通常认为与住宅空间关系最远的大学校园的建设为例:松江等上海远郊地区的政府之所以会将大片土地以极低的价格卖——甚至无偿送——给大学建设新校区,一个显而易见的原因,就是看中了大学校园对于提升周边地价,吸引房地产投资的巨大潜力。即以2001年开始开发的松江新城为例,随着上海外国语大学和上海外贸学院等多所大学的迁入,这一带很快成为住宅房地产开发的热点地区,大批住宅楼和配套设施如“雨后春笋”(该地某房产广告语)般涌现,大学反而逐渐成了“新城”的配角。这里体现的,正是“以住宅为中心的组空间形式”的巨大影响力。事实上,负责整体营造松江新城的上海松江新城建设发展有限公司的一本38页的宣传册《松江新城》,就明确说,这个新城的主要建设目标是“最适宜人居住”(页3),以便“人口的快速导入”(页17)。

[32] 这方面的一个最新的例子,就是2005年11月,上海四大房地产公司之一的大华集团,从宝山区政府得到了整体规划和营建大场镇及其周边地区的合同。规划区域为3平方公里,总建筑面积为200万平方米,甚至“大场”这个镇和地区的名字,也将被改为“大华新界”,令人很容易联想起昔日香港殖民政府对九龙北面的大片租借地的命名。参见记者:《大场老镇改造规划完成“初稿”》,《东方早报》2005年11月10日B5版。房地产商发布的文字广告,也逐渐不再掩饰他们的这种雄心,例如上海复地与荷兰ING联合开发的“复城国际”的广告,就明确说:“‘城市营造’的历史责任,成为房地产商必须面对的一个极具分量的命题。”见记者:《上海出现第一个“国际BLOCK”》,《环球时报》2006年8月25日C5版。

[33] 1980年代中期上海开始重建房地产市场,到1990年代中期,上海各家主要报纸(包括中共上海市委机关报《解放日报》)相继设立房地产广告的专版,这意味着房地产广告获得了在媒体全面登场的许可。在1990年代晚期,住宅房地产广告开始形成较大的发布规模。据统计,2002年,在电视台、报纸和杂志上刊登的房地产广告达到3万则,而2003年前6个月就超过了3万则。参见《怎样做好房地产广告》,中国广告网2003年6月18日。因此,本文以2001年初至2006年秋本文完稿时发布的广告为主要分析对象,与早期相比,这一时期的广告较为成熟,因此也更能体现其基本特性。

仿佛是蝌蚪变蛤蟆,住宅空间“发展”到这一步,已经清楚地改变了“住宅空间”的涵义:它不再只是“住宅”的空间,它同时还纠集了许多别的空间;它不再仅仅关乎上海人的“居住”,它同时还关乎我们的餐饮、交通、医疗、教育……几乎我们所有的城市生活。因此,它不再只是影响上海人的居住状况,它同时还影响整个城市生活的空间。这影响常常是那么直接:这条轻轨线为什么要从这里走,这座“大卖场”为什么选址在那里,这幢办公楼为什么造这么高,这一些大学为什么搬迁到远郊……在几乎所有重大的空间改造的背后,你都能看到以住宅为中心的组空间形式的深刻影响。^[31]

当然,这新的组空间还远没有覆盖整个上海,它才只有十多年的历史,纵有天大的能量,也还来不及发挥出来。但是,我要说,这座城市的住宅区化的情形,已经相当明显,以住宅为中心的组空间,正日益成为新上海的一种主要的空间形式。不用说,这空间的直接创造者——房地产开发商,也顺理成章地跃跃欲试,要充任整个新都市空间的第一设计师^[32]

三

到这里,我说的都是建筑空间的变化,可是,“空间”并不只是物质的,它还是心理的和想象的,这两种空间的互相牵引和渗透,正构成“空间”一词的基本涵义。事实上,几乎与上海住宅空间的大规模扩展同步,一系列描绘、阐释和引导这个扩展的图像和文字活动,也铺天盖地地展开了。它们直接诉诸上海人对物质空间变化的多样感受,毫不掩饰地表现出营造一个新的心理和想象空间的强烈意图。

这些图像和文字活动中,最活跃的自然是住宅房地产广告。^[33]它是这座城市里^[34]最醒目的一类广告:街头、高速公路两旁、报纸、杂志和电视屏幕上、出租车前排椅背、旅游地图,甚至航空公司发给旅客的小小的登机牌上,它都赫然在目。

从构图上看,这些广告十分讲究图形、色彩的清晰和平衡,画面各个部分的力向互相均衡,图像和文字的比配大多很稳妥,极少有特别凸出,或者明显倾斜的图素。^[35]在平衡的前提下,常用仰视的角度构图,^[36]彰显居豪宅者在物理空间——以及由此暗示的社会阶层空间——中占据的高阶位。更极少使用强烈和



图二

具有动感的图素,画面突出的往往是相反的意味:住宅区里波纹不起的清浅的水面,房子外面的静静垂下的树枝,冬日午后从窗外射入的阳光,平平整整的米色桌布或窗帘……凡此种种,用力的方向都是一个,就是要配合住宅作为一种“不动产”的特性,营造一种具有明显倾向性的视觉氛围,引导观者在不知不觉中进入这样的感觉:我看到的这一切——即新住宅和它所代表的一切,都是安稳、可靠、不会翻倒,足可放心购买、长久倚赖的。

更有趣的是,这些广告的相当一部分,与一般房屋中介公司散发的租售传单不同,它们并不在画面中突出住宅本身的样子、面积和尺寸,房子往往只占画面的一角,甚至根本不出现。它们要凸显什么呢?首先是异国风味:“北美风情”、“真正的澳大利亚”海滩、考拉和棕榈树、“英伦小镇”上维多利亚式的优雅、“原味再版西班牙”^[37]“后现代法式花园”^[38]和“追享经典欧洲的美好时光”^[39]……其次是1930年代上海的富人生活:“幽幽的梧桐树”、“贵族式的浪漫与优雅”^[40]……然后是美满的家庭生活:通常是一家三口^[41]或者在小区的浅水池边嬉戏,或者在林阴道上漫步……如此幸福家庭的背景图像,通常是所谓“高等品位”的社区环境,这也正是广告着力推荐的对象:在后门口烧烤、在花园的凉棚下品茶……再就是对现代都市的完整享受:或者高高在上地俯视繁华都市的霓虹灯,或者穿行在住宅区内的密集的商店街,甚至会有一列高速电车停靠在小区里,象征着交通的快捷,人生的捷足先登^[42]……再往下,就是各种

[34] 不仅在上海,可以说全国所有的大城市里,房地产广告都是气势最浩大的一类图像广告。

[35] 常见的图形是如下3种:A.以正面透视的角度呈现住宅楼或住宅楼群,焦点通常位于上半中央略微偏左(或右)处,如图一;B.图形面积以上下(或左右)二分或三分的方式,将住宅楼与天空、河(湖)水、各种象征性图案、文字说明等均均匀分隔,如图二;C.以侧面透视的角度,从左往右呈现楼房的半正面半侧面的外观,同时在画面右侧以树影、蓝天、水面……和文字加以平衡,反之亦然,如图三。至于图像和文字的配比,较常见的则是如下3种:A.图像占三分之二,文字三分之一,或纵向或横向分列,亦如图一;B.图像布满画面,但留出较大空白,嵌入文字,类似中国山水画的留白,如图四;C.图像和文字相互包含,如图五。这里提供对4种不同载体的广告的一组随机的统计数据:(1)“2004假日楼市”上海春季房地产展示会散发的167份住宅房地产图像广告(大多数楼盘的广告都是采用了组图的形式,这里统计的是其主图;有的楼盘散发了不只一组广告图,因此有不止一幅主图被统计在内)中,采用上述3种图形的依次为31幅、25幅和47幅,另有33幅完全不出现欲售住宅的图形;而在图像和文字的配比上,采用上述3种方式的分别为35幅、29幅和31幅,另有42幅图内没有文字;(2)《上海楼市》(上海第一家住宅地产信息杂志,2003年1月创刊,到目前为止一直是同类杂志中销量最大的)第83期刊登的26幅彩色广告(不包括那些导购栏目中的小块实景图图片)中,采用上述3种图形的依次为6幅、1幅和13幅,另有4幅不出现欲售住宅的图形;在图像和文字的配比上,采用上述3种方式的分别为9幅、6幅和5幅,另有5幅图内没有文字;(3)《新民晚报》2005年9月刊登的203幅住宅房地产图像广告(不包括该报这个月刊登的如下3种广告:住宅以外的商业地产的图像广告,上海以外的住宅房地产的图像广告和住宅住宅房地产的文字广告——有些此类广告也包含小幅图像;此外,有些上海住宅房地产的图像广告是以组图的形式发布的,这里就只计入其主图)中,采用上述3种图形的依次为25幅、21幅和86幅,另有42幅完全不出现欲售住宅的图形;而在图像和文字的配比上,采用上述3种方式的分别为46幅、72幅和32幅,另有33幅图内文字占了一半以上的空间;(4)2006年12月上海内环线沿线(包括中山东一路、吴淞路和四平路)建筑和大型广告牌上面向高架路的25幅住宅房地产图像广告中,采用上述3种图形的依次为2幅、18幅和3幅,另有2幅不出现欲售住宅的图形;