

21世纪媒介理论丛书

媒介人种论

媒介、现代性与民族复兴

■海阔著

MEIJIE RENZHONG LUN
MEDIA

Ethnography of Communication
MEIJIE RENZHONG LUN

MEIJIE RENZHONG LUN

Communication

MEIJIE RENZHONG LUN

Ethnography

中国传媒大学出版社

媒介人种论

媒介、现代性与民族复兴

■ 海阔 著

本书是作者多年从事媒介研究的心得结晶，也是作者对媒介、现代性与民族复兴问题的深入思考。全书共分五章，第一章为绪论，第二章为媒介、现代性与民族复兴，第三章为媒介、现代性与民族复兴，第四章为媒介、现代性与民族复兴，第五章为媒介、现代性与民族复兴。本书以马克思主义为指导，结合中国实际，对媒介、现代性与民族复兴问题进行了系统的理论探讨。本书不仅是一部理论著作，也是一部实践著作，对从事媒介研究、新闻传播、文化研究等领域的学者和工作者具有重要的参考价值。

中国传媒大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

媒介人种论：媒介、现代性与民族复兴 / 海阔著. —北京：
中国传媒大学出版社，2008.1

(21 世纪媒介理论丛书/邵培仁主编)

ISBN 978 - 7 - 81127 - 099 - 0

I. 媒… II. 海… III. 传播媒介—人种学 IV. G206.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 013472 号

媒介人种论：媒介、现代性与民族复兴

作 者 海 阔
策 划 欣 文
责任编辑 蔡开松
责任印制 曹 辉
装帧设计 大鹏工作室
出 版 人 蔡 翔

出版发行 中国传媒大学 出版社 (原北京广播学院出版社)
北京市朝阳区定福庄东街 1 号 邮编 100024
电话: 86 - 10 - 65450532 65450528 传真: 65779405
[http: //www. cucp. com. cn](http://www.cucp.com.cn)

经 销 新华书店总店北京发行所

印 刷 北京京晟纪元印刷有限公司
开 本 670 × 970mm 1/16
印 张 19.25
版 次 2008 年 3 月第 1 版 2008 年 3 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978 - 7 - 81127 - 099 - 0/K · 099 定 价: 38.80 元

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换

历史转折关头的明智选择

——《21世纪媒介理论丛书》序言

今天的中国，一个发展中的大国形象，已昂然崛起于世界的东方，让人刮目相看。世界惊奇地发现，中国社会面貌光彩焕然，已非昔日可比，这似乎只是弹指一挥间。

回首过去，我们看到了辉煌的成就和灿烂的微笑，同时也看到了艰辛的汗水和坚实的脚步。中国的媒介与传播研究，也与我们的时代同命运、共呼吸，演绎出激越曼妙的交响，我们既取得了累累硕果，也面临着重重挑战。作为一名长期从事媒介与传播研究的中国学者，我亲身体验、感受到了这些年中国学界所走过的不凡历程，可以说是发展与困惑同在，成就与问题并存，我深深体会到祖国给予的坚强支撑，历史带来的巨大机会。

人至三十当是而立之年，而当中国改革开放迎来它的三十周年之际，中国的媒介与传播研究似乎再一次走到了历史的十字路口，正处于前所未有的困惑与选择之

中,面临着“向何处去”的问题。那么,在这一特殊的历史转折关头,中国媒介与传播研究最明智的选择是什么呢?我认为应该是——

第一,要以历史为经,以现实为纬。当一门学科再一次站在十字路口时,最重要的莫过于先静下心来,反思和回顾已经走过的路。我们回顾和总结媒介研究的历史,并不是要沉溺于它、迁怒于它,而是要以史为鉴,从中吸取教训、累积经验,为当下的媒介理论和媒介现实服务。换句话说,我们研究历史,要联系现实,研究现实,承前启后,继往开来,才能使媒介理论有着深厚的历史和现实根基。

第二,要以媒介为经,以社会为纬。新闻是社会的镜子,媒介是社会的大脑。研究媒介需要联系社会,研究社会需要指向媒介。媒介是这一学术研究的起点和终点。因此,研究媒介理论,需要以锐利的学科眼光加以审视和分析,也要用社会的尺度来丈量和称衡;要强调媒介理论思维与话语的主导性,也要向更广阔的社会领域延伸和扩展。以媒介为经,可以确保其学术价值和理论意义;以社会为纬,可以落实其社会价值和实践意义。通过媒介研究,推动社会进步和国家发展。

第三,要以规律为经,以意义为纬。规律所在,科学所托。积极探索和揭示媒介规律,是媒介理论研究的基本宗旨和首要使命。作为一门社会科学,媒介理论研究不应该止步于探索和揭示媒介活动中内在矛盾诸方面的联系和斗争的客观法则和必然趋势,还应该突现和彰显这一过程的价值和意义,进而说服人们自觉遵循媒介规律,主动按媒介规律办事,从而进一步支配、制约和优化媒介活动的姿态、现状与趋势。规律、意义和行动共同构成了学术研究的金三角。

第四,要以中国为经,以世界为纬。中国是媒介理论研究的坐标点,而世界则是它的参照系。如果媒介理论研究不

同中国特定的历史—社会—文化条件相结合,不在中国五千年民族文化的土壤上生长出来,不能指导具体的媒介活动,而只是简单地贩卖、照搬和空谈西方媒介理论,那必然会遭到人们的拒绝,甚至反对。但是,要推进媒介理论走出国门、走向世界,同国际学界进行平等的对话和交流,则必须严格遵守学术规范和游戏规则,在坚持中国学术主体性的基础上,使其具有世界元素和全球视野。

正是出于这种思考与选择,我们组织撰写和出版了这套《21世纪媒介理论丛书》。这套丛书宛如一阁雅集,泛着书香,和着墨韵,透着笔力,跳着新意,凝着理性,闪着睿智,翻阅在手,会让人感到亲切可读,不忍释卷。这套丛书绝不泛泛而谈,更不人云亦云,而是深刻专注于一论,以一个特殊的视角来观照媒介万千世界的复杂性的某一侧面或某一问题,如同透过一个视窗看到了万花筒的一次奇妙变换,或者像是随着一位导游进入一个秀丽壮美的旅游胜地,眼前美景让人不由地击节赞叹。

这套丛书中的每一种著作,都坚持以理论与现实中最迫切需要解决的问题为导向,选准研究的切入口,运用国际学术界最先进的理论与方法,最前沿的思想与观念,着力思考问题产生的原因、路径和影响,以及如何科学、合理地解决问题,努力将问题的研究向深度和广度开掘。同时,丛书作者尽力不受媒介理论研究中传统范式和旧有成果的束缚,面向现实,立足交叉,追踪前沿,聚焦集成,努力把内、外两个学术世界的优点和精华收归己用,并积极探索适合课题对象和内容研究模式、思维方式和理论体系。

这套丛书的作者基本上都是浙江大学传播研究所毕业的博士生,寒窗苦读之后,学术成果斐然。如今,他们当中有的已是教授、副教授,有的已在学术界有一定的知名度。在浙大读研期间,他们利用学校丰富的馆藏资料,阅读了大量

的国内外一流的新闻学、传播学、社会学、政治学和媒介学等方面的专著、教材和论文,掌握了一整套先进的科学研究方法和技巧,在通过博士论文答辩的基础上,又积极申报省级以上课题并获得立项,经过进一步深入研究和体系化,最终形成了已达预期目标的科研成果和学术专著。因此,这些成果和专著不仅符合上述要求,而且具有紧追前沿、观点新颖、内容创新、分析深刻、表述精当等特点,具有相当的理论价值和实践意义。这套丛书的出版在一定程度上可以说是对于这批浙江传播学人呕心之作的一次全面检阅。

我们深知,学术研究犹如探险,入之愈深,得之愈奇。值得庆幸的是,时代在感召着我们不断求索进步,我们所做的,只是承继前辈的脚步往前多迈了一步,仅仅是负起了这代学人应负的社会义务、历史责任,本不该有“探骊得珠”的奢望,但若这套丛书能为媒介理论研究和媒介运营实践起到“抛砖引玉”的作用,能为中国媒介和谐与社会和谐的建设稍尽绵薄之力,又能引起媒介学界和业界人士的一些关注和批评,对于我们来说,就是莫大的荣幸和鼓励了。

邵培仁

2007年12月于浙江大学传播研究所

目 录

第一章 导 论 / 1

第一节 传媒与现代性的遇合 / 4

一、当代传媒问题与现代性 / 5

二、当代中国传媒问题 / 8

三、中国传媒问题的历史视角 / 10

四、大众传媒历史的主体视角 / 12

第二节 基本概念及相关研究 / 17

一、现代性 / 17

二、传播人种学 / 27

第三节 整体架构 / 37

一、基本观点 / 37

二、研究方法 / 38

三、介入视角 / 40

四、全书结构 / 41

第二章 社会结构的现代化转型:报刊 / 43

第一节 维新派:新民族-国家的初步想象 / 44

一、维新派报刊 / 45

二、报人群体特征 / 46

三、公共领域与私人领域 / 51

四、选择报刊 / 55

第二节 革命派:新国家形象的雏形建构 / 57

一、革命派报刊 / 59

	二、报人群体特征 / 61
	三、公共领域与私人领域 / 64
	四、报刊思想 / 67
第三节	《新青年》同人:新社会的整体构想 / 70
	一、新文化运动报刊 / 71
	二、《新青年》同人的特征 / 73
	三、公共领域与私人领域 / 76
	四、报刊思想 / 80
小 结	/ 83
	一、想象的社群 / 84
	二、报人特征 / 86
	三、传统文化底质 / 88
第三章	新国家形象的影像建构:电影 / 92
第一节	被批判者:时空错位的叙事 / 94
	一、错误的影像 / 95
	二、影像制造者的错误 / 98
	三、谁的错误 / 101
第二节	被肯定者:十七年电影经典叙事 / 106
	一、正确的影像 / 106
	二、正确影像的塑造者 / 110
	三、叙事策略 / 113
	四、叙事模式分析 / 115
第三节	幕后叙事者:颠覆与重构 / 121
	一、颠覆与重建 / 121
	二、样板戏电影叙事者 / 125
	三、样板戏电影叙事 / 129
小 结	/ 134

- 一、影像国家 / 134
- 二、影像塑造群体 / 138
- 三、影像崇拜 / 139
- 四、影像化现代性 / 142

第四章 现代化社会的再转型:电视 / 145

- 第一节 管制者:控制与放开的双重干预 / 147
 - 一、“总设计师”:电视功能的复位 / 148
 - 二、管理者:干预行为的合法性 / 154
 - 三、无形操纵者:电视广告 / 162
- 第二节 生产者:权力结构与认同建构 / 170
 - 一、生产者的结构 / 170
 - 二、生产者的权力 / 176
 - 三、名人:谈话中的权威解构 / 180
- 第三节 受众:传统颠覆与现代重构 / 184
 - 一、儿童:父权的质疑 / 185
 - 二、农民:宗法观念的最后守卫者 / 189
 - 三、女性:象征权力的争夺 / 192
- 小 结 / 196
 - 一、政治场:干预矛盾中的强硬 / 198
 - 二、经济场:全球语境中的强大 / 202
 - 三、文化场:危机架构中的强盛 / 206

第五章 多元现代性展望:数字传媒 / 210

- 第一节 网民:网络共和国民主 / 212
 - 一、主体身份危机 / 213
 - 二、网络民主 / 220
 - 三、网络受众的群体特征 / 226

第二节 “手机一族”:传统的复归 / 230

一、人性化的“第五媒体” / 230

二、“中国人的媒介”:短信息 / 235

三、手机的现代性影响 / 237

第三节 他者:非领土扩张化 / 240

一、他者之分:文化模式 / 241

二、他者之合:整合汇流 / 243

三、他者之变:全球化 / 245

四、他者之义:中国现代性展望 / 248

小 结 / 250

一、媒介帝国主义 / 250

二、数字化“反侵略” / 252

三、数字传媒与中国现代性 / 255

结 论 / 258

一、大众传媒主导群体 / 258

二、大众传媒与中国现代性 / 261

三、中国现代性复兴 / 264

四、国家和资本干预 / 271

五、中国知识分子精神 / 275

附:媒介奥运与民族—国家认同 / 279

一、现代奥运会的动力 / 279

二、奥运会的中国动力 / 283

三、媒介奥运与中国认同重构 / 286

参考文献 / 289

后 记 / 295

第一章 导论

当代关于传媒的历史论争的要害是,传媒不仅是现代性历史发展的本性,还是现代性构成的标准化判断。

——尼古拉斯·加汉姆

子在川上感喟:“逝者如斯夫!”是源自生命的预言,是超越时空的自信。

百川入海,泾渭分明,回旋激荡,融合为一,又是什么?

百家争鸣,而孔子汇总上古文化。

众声喧哗的信息时代,中国知识分子能够做些什么?

在大众传媒迅速占据社会话语中心之时,新闻、中文、经济、管理、艺术、计算机、心理、社会……学科也纷纷介入传媒研究,占领学术的、经济的、政治的……公共空间。

然而,在传媒产业的诱惑下,在各种学术利益的诱惑下,有多少人将传媒视线投向历史,投向几代人为之奋斗的现代性?

在思考中国现代化道路的时候,有多少人将中华民族的命运与传媒连结在一起,利用传媒,大光中国现代性之道?

在惊呼媒介帝国主义入侵,哀叹价值观念剧变的时候,有多少人关注作为群体的中国人?有多少人试图通过中国人的特征,寻求民族观念和传播理论的国际突破?

在与众多当代传播学者、海外华人学者和国内部分学者进行

思想交流后,我发现了这样做的价值。既然传媒在当今社会文化中有如此重要的地位,为什么我们不通过传媒去彰显中国文化那更富有现代性的一面?

一个世纪前,中国一流的知识分子,初次运用现代报刊发出了民族危机的呼声,并引导社会全面走向西方现代性。在报刊上对新民族—国家进行想象时,是什么力量让他们不断转换理想图景,最终走上反西化的西方现代性之路?

半个世纪以前,实现了西方现代国家体制的最高领导层,通过电影进行新国家形象的建构,使之成为主流意识形态。在指引影像塑造时,是什么驱动他们不断批判,并强化一种富于民族特色的西方现代性?

30年前,急盼民族强大的最高领导层逐渐恢复了大众传媒的多种功能,电视迅速占据传媒中心位置,并参与了社会的深刻转型。在面对电视改革时,他们为什么既希望放开,又极其保守?

当前,被纳入全球化浪潮的中国大众,在媒介数字化中,经历着传统的转变和现代/后现代的多重体验。在充满挑战和机遇的媒介环境中,他们究竟应该拥抱资本主义,还是重新实现中华民族的复兴?

这是一本关于中国现代性的书,却不纠缠于现代性特征。

这是一本运用传播人种学的书,理论梳理中国媒介“现代化”进程,却不拘泥于传统的人类学方法论。

从本书的结构和研究基础来看,是一部历史:跨度超过百年的传媒历史,从历史资料中挖掘考据。不过,它又远远超出了历史研究的范畴:广泛运用政治经济学、传播人种学、影视叙事学、马克思主义、女性主义、后殖民主义、解构主义、内容分析法、精神分析法等理论和方法,对大众传媒进行多重视角批判;通过大众传媒主导群体特征,揭示出因传播主体的不同而发生的偏向;更重要的是,揭示出先辈们利用大众传媒引导中国走向西方现代化,在传播技术为中国文化提供机遇的今天,我们应当将中国现代性传向世界。

在这个媒介文化逐渐成为社会议题中心的时代,国民需要一种批判性解读媒介文化的能力。以美国为首的西方国家借助传媒,推行其价值观念,不断侵蚀着民族—国家的认同感;同时,传媒所推动的消费主义和种种流行时尚,不断分裂着个体的认同,使之丧失共同的基础。认识传媒,增强传媒文本的辨别能力,已成为保证中华民族认同的重要途径。

在这个文化帝国主义依然盛行的时代,政府需要保持对传媒干预的力度。它既是多数主权国家的共同选择,也是中国社会制度的传统特征。面对日益扩张的全球化,现代国家不约而同地走向强势的政府干预,而传媒产品的外部利益性赋予了干预的合法性。中央集权一直是中国人所认同的社会制度,而儒家文化的核心也是突出集权。

在这个经济全球—地方化的时代,传媒企业需要坚持本土化策略,在民族复兴的语境中走向强大。长期处于国家保护状态的幼稚产业,在突然面对国际竞争时,必须时刻保持一种本土化的意识。在逐渐实现技术接轨后,运用国际通用的传媒产品制作流程,营销带有中国文化传统的传媒产品。

在这个各民族—国家积极建构认同性的时代,传媒需要利用一切机会为之努力。2008年北京奥运会使中国处于世界话语的一个中心,中国传媒应当以此为契机,全面构建中华民族认同。正如希腊在雅典奥运会所进行的民族—国家认同策略那样,在古代与现代、东方与西方的架构上寻求新的认同性。

因此,传媒研究者必须树立某种责任,引导传媒向有利于中华民族认同及复兴的方向发展。它源自中国文化传统的内在吁求,更是将传统文化与西方文化整合转型为一种新文化传统的时代使命。

在当代,有人在探求儒家文化的现代价值:“文化中国的精神资源如此薄弱,而价值领域如此稀少,和近百年来儒家传统在中华大地时乖命蹇有很密切的关系。我并不坚持唯有光大儒学

才能丰富‘文化中国’的精神资源,才能开辟‘文化中国’的价值领域。但我深信,重新确认儒家传统为凝聚中华民族灵魂的珍贵资源,是学术、知识和文化界的当务之急。”^①

有人在建构中国的文化输出:“中国当然不可能成为东方中心主义,只能是用人类比较成熟的国际公认形式装入中国文化内容传播出去。可以说,中国文化输出只不过是是在世界文化中加入一点制度已久的‘中国声音’,让习惯于强势西方核心主义的人学会倾听弱者文化的声音而已。”^②

也有人提出:缺乏民族宗教的“中华主义”始终是非常实际有效的主义,“中华性”的源泉,正是一种根深蒂固的“血盟”(bonding)情感造成的暴力^③。

无论如何,东亚的经济奇迹使世界重新认识了儒家文化在现代的强大生命力,而以儒家文化为主的中国文化也正在显示其巨大活力。只有借助传媒的力量,积极将中国文化向“他者”传播,才能摆脱“他者”的命运,才能真正让世人发现其魅力。

“在世界的未来,是中国文化的复兴”!

第一节 传媒与现代性的遇合

世纪之交,现代性问题似乎可以成为中国社会科学和人文科学的一个核心关键词。来自不同领域的研究者都试图以其专业话语,讲述自己的现代性。然而,传播学领域却似乎漠视这种热潮,或者说,热烈地讨论有关现代性的种种问题,却很少将二者置于相同的视域里。

将传媒纳入现代性叙事,既源于传媒对于现代性的历史和现

① [美]杜维明:《现代精神与儒家传统》,三联书店1997年版,第478页。

② 王岳川:《发现东方》,北京图书馆出版社2003年版,第54页。

③ 同上,第168页。

实的意义,也是对国际传媒研究的一种回应。

作为社会的第四阶级(the Fourth Estate),传媒所带来的不仅仅是特权,而且是人们对其社会功能的无休止的争论。印刷资本主义对现代民族—国家产生的影响,文化工业对艺术的侵蚀,信息方式对后现代精神的培育等等,都为我们提供了有关传媒社会角色的有效视角。无论如何,当代政治和经济领域都在拉拢传媒,使之成为服务自身的重要工具。而身处缝隙的传媒,却周旋于各种力量当中,稍有不慎,便可能引发政治、经济、文化、哲学、伦理、道德等问题。

一、当代传媒问题与现代性

对于大众传媒在社会结构中的功能,总体上表现为两种态度:司空见惯的性与暴力、文化权力、信息鸿沟、媒介帝国主义等代表媒介悲观主义的论点,为我们所展现的只是传媒对人类社会幸福前景的破坏;而那些持媒介去中心化、个体化及其他赋予人类民主和自由的力量的观点,都为乐观主义者提供了依据。双方围绕大众传媒对人类生活的前景,展开了旷日持久的论争。

实际上,大众传媒是经济、政治、文化等多元场力中的一种重要力量。“社会传播的结构和进程已深深植入广泛的特定社会形态的结构和进程中。谁会说什么?以什么样的形式?对谁说?出于什么目的?有什么样的影响?这些因素在一定程度上将决定并且被决定于一个社会的经济、政治和文化力量。任何一方面都不能孤立起来研究。”^①

随着计算机、卫星通信和互联网等核心技术的革新,以及哈贝马斯、布尔迪厄、波德里亚、霍尔、吉登斯等当代西方思想家的介

^① [英]尼古拉斯·加汉姆:《解放·传媒·现代性:关于传媒和社会理论的讨论》,新华出版社2005年版,第6页。

人,传媒在象征领域和实际的社会影响中,正越来越膨胀,成为现代社会调节系统的一种基本要素:“传媒运作从其他社会领域中分离出来,越来越专业化和自律;传媒自身既是一个在它们的意识形态角色中逐渐普遍化和抽象化的社会调节系统,在哈贝马斯学说中,又能被其他‘传媒’的发展运用起来,并成为维持其他‘传媒’发展的不可或缺的基本条件。”^①

从传媒核心概念的来源看,我们所认识的传媒作用,都是来自不同时代、不同领域、不同学科,在共同搭建传播研究的过程中建构起来的。它们本身带有浓重的学统性。基于其社会实践的美国传统和欧洲传统,构成了传播研究的两种主要流派,并且包含着许多分支流派。这些流派及其观点,构成了我们今天关于传媒的基本认识,却呈现出相互冲突和矛盾的差异性。“强加在某个研究领域上的分类(分类系统)会夸大研究传统之间的差异而遮蔽它们之间内在的联系。”^②因此,近年来,一些学者试图突破这些学统的樊篱,寻求研究传统之间的联系。其中,在现代性的视域下探讨传媒问题便是一个有效的角度。

传媒与现代性的基本关系可以从两个层面理解:一是,作为现代性的一个标准,传媒的发展程度能衡量一个社会是否具有现代性;二是,传媒在整个现代化社会结构中起到调节作用。因此,我们在探讨二者关系时,既要考量历时性传媒的发展程度,又要分析共时性传媒的生态系统。从现代性的本质——使人类获得解放来看,几乎所有关于传媒的价值判断,都是一个促进/妨碍现代性的问题。

在当代传媒与现代性的关系研究中,全球化是一个关键命题。从全球化对人类的影响而言,它是现代性命题在新时期的延伸和

① [英]尼古拉斯·加汉姆:《解放·传媒·现代性:关于传媒和社会理论的讨论》,新华出版社2005年版,第13~14页。

② [英]奥利弗·博伊德·巴雷特、克里斯·纽博尔德编:《媒介研究的进路:经典文献读本》,新华出版社2004年版,第2页。