



热风 城市文化研究丛书

主编：王晓明

传媒的幻象

当代生活与媒体文化分析

雷启立 著



上海書店出版社
SHANGHAI BOOKSTORE PUBLISHING HOUSE



热风 城市文化研究丛书

主编：王晓明

传媒的幻象

当代生活与媒体文化分析

雷启立 著



上海書店出版社
SHANGHAI BOOKSTORE PUBLISHING HOUSE

图书在版编目(CIP)数据

传媒的幻象:当代生活与媒体文化分析 / 雷启立著.

上海:上海书店出版社,2008.2

(热风·城市文化研究丛书 / 王晓明主编)

ISBN 978-7-80678-807-3

I. 传... II. 雷... III. 传播媒介—研究—中国

IV. G219.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 020535 号

责任编辑 张玉贞

技术编辑 丁 多

装帧设计 张志全

传媒的幻象

——当代生活与媒体文化分析

雷启立 著

出 版 上海世纪出版股份有限公司上海书店出版社
(200001 上海福建中路 193 号 www.ewen.cc)

发 行 上海世纪出版股份有限公司发行中心

印 刷 常熟市新骅印刷有限公司

开 本 635×965mm 1/16

印 张 13.5

字 数 175 000

版 次 2008 年 2 月第 1 版

印 次 2008 年 2 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-80678-807-3/G·70

定 价 23.00 元

编者的话

中国这个庞大的社会,如急转弯的巨轮一般置身于忽而风平云止、忽而涛惊浪骇的大海之中,已经三十年了。当人们终于发现,这是一种至少二十世纪范围里人类从未见过的艰难曲折的社会变迁,它不但迅速而深刻地改变了每一个中国人的生活,而且已经——还将更为明显地——改变了整个世界,1980年代那种以为援用西方理论便可以清楚地把握这个变迁的普遍的信心,也随之消散。那些理论当然很不错,对我们有启发,但它们对于这个面目全非的新的全球世界——不仅仅是新的中国——的解释力,却也越来越显得有限。更重要的是,这广阔土地上的新的现实,以其变化的迅猛和前景的叵测,日益迫切地要求中国的思想和学术界,对它作出有说服力的解释,甚至——说得严峻一点,作出清晰的描述。身为中国人,每时每刻感受到生活的变迁和压力,如果不能对这生活作出首先是自己觉得可信的解释,岂不是活得太冤?目睹中国的巨变日甚一日地影响整个世界,改变全球的未来,却不能从自己角度展开的中国和世界研究,支援其他地方的同样对全球现实深感困难的同道,那也太令人羞愧了吧。

可是,无论对人对己,要想尽到身为知识分子和学者的思想和学术责任,绝非易事。种种外部条件的限制,自不必说,因了各种内外

作用而形成的知识界、学术界的自身的孱弱,也早已称得上触目惊心。即以我较为熟悉的大学文科的情形来说,学科体系的老旧、心志的普遍的萎靡、从老师到学生的思想和学术兴趣的淡漠、认识能力的薄弱……都是人所共见,甚至已经开始令人熟视无睹,不觉得惊诧了。说实话,和这些比较起来,对中国和全球新状况的隔膜,对西方理论局限的迟钝,都要算是小事情了。而如果上述这样的情形不能较快地得到扭转,所谓中国知识界和学术界的对国人和人类的尽责,就只是一句空话。

在我看来,1990年代末在中国大陆逐渐形成的“文化研究”的热潮,根本的意义正在于,它从一个新的方面,表现了中国知识界和学术界对新的社会现实的敏感,和努力回应这现实的巨大要求的热忱。当然,要做的事情如此艰难,光有敏感和热忱是决然不够的。和“文化研究”在各地年轻学人中的“热”的程度相比,它的研究的实绩是太少了。但也惟其如此,为这样的新的研究的努力创造各种条件,就显得特别重要。我想,这一套“热风·城市文化研究丛书”的问世和生长,是不是也能在这“各种条件”的新地基上,砌进自己的一块砖?

一个社会,如果缺乏活跃的思想和学术活动,它一定没有未来,因此,能不能从各个方面激励这种活动,为它提供充分表达和交流的环境,就成了决定一个国家能否在当今世界长久立足的关键之一。我深信,这应该——而且也有可能——成为整个社会的共识。

最后是一点具体的交代:构成本丛书的第一辑的三本著作,分别从纸面媒体、文学网站、工人的文化生活等角度,分析当代上海的文化状况。其后还将有若干从影视媒体、流行服装、房地产市场及其广告等方面展开的研究成果,加入本丛书。不用说,这里的“当代”并非仅指当下,而是涵盖了1950年代至今、已经超过了五十年的一段较

长的时间。这里列出的大部分研究项目,都不同程度地受到了上海市教育委员会的人文社会科学基金的资助,它们的作者要求我在这里特别说明。

王晓明

2007年11月 上海

序 言

本书的“问题意识”来源于1990年代以来中国社会在经济文化思想等方面的巨大改变,来源于当代中国思想界和知识界对近十多年来中国社会变化的不同描述和争论,来源于我对包括知识群体在内的各种思想和实践可能的观察和思考。今天回过头来看,在经历了一系列重大变故的1980年代结束之后,中国大陆文化、思想界有过短暂的迷茫,整个社会的变化和走向直到1992年邓小平的南方重要讲话之后才明晰起来,此后的1990年代以来中国大陆所发生的变化堪称巨大。这些变化牵涉到社会、政治、经济等各个方面,影响所及渗透到人们日常的生活之中。处在不同状况、境遇中的人们对这些变化更是看法不一。1990年代以来中国思想界发生在知识群体内部的若干重大论争,比如学术规范问题、人文精神的论争、鲁迅和理想主义的论争、后现代与后殖民主义的论争、市民社会的论争、“新左派”与自由主义的论争等等,其缘起和分歧就在于对于这些变化的不同判断、描述以及对于未来的不同期待。在我看来,这些分歧延续了1980年代以来的问题,却没有真正应对1990年代以来的中国社会转型的巨大变化。因此我希望找出一个能直接呈现和应对这个社会变化的方式,它同时回应1990年代以来在中国知识界引起较大影响的几次思想文化论争,特别是目前貌

热风·城市文化研究丛书

似沉积却不时泛起的“新左派”和新自由主义的论争。

我把研究的重点放在时尚报刊、广告这样的文化现象上,放到被人们寄予厚望的媒体身上。一方面是因为最近几年来,作为中国经济改革的一个组成部分,传媒的改革和一定程度的开放已经成为一个引人注目现象,它发生在众目睽睽之下,却没有得到认真的分析和揭示,传媒业态的合纵连横、翻云覆雨,并不能以简单的以为是应对中国加入WTO以后的竞争需要而了之的,传媒作为一个产业的内在品格和问题需要得到认真的讨论和揭示。另一方面,在我看来,是由于媒体、时尚报刊、广告这些东西在中国具体的语境下连接了知识、文化和经济、政治等多方面的因素,对1990年代以来的中国社会有着特别重要的影响和作用。媒体自身的作为展示了它在变革中的当代中国社会所可能产生的能量。社会不公,官场腐败,媒体曝光因此而成为社会公正的某种制衡;弱势群体的权益得不到保障,媒体介入甚至能够左右事件的进展;大千世界千奇百怪的事件得以披露,适度的报道能给人带来乐趣;阳春白雪的艺术团体,曲高和寡,处境艰难,媒体的托管、炒作可以使之红火……媒体的力量因而在人们生活中的多个方面得以彰显。而在日常生活中,人们遇到非正常事件,他们甚至习惯于公之于媒体,寻求舆论的支持。发生在2003年上半年的SARS事件和孙志刚事件^①更适时地佐证了传媒自由空间的必要和媒体在当下之有可为。而最近二十年来中国的变化,媒体在当代中国市场化过程中力量的壮大,其自身无论是在身份角色、社会功能还是在未来走向上都发生着深刻的变化。回到生活的表层来说,由于市场的多元和竞争的加剧,媒体

① 2003年春夏之交非典型肺炎(SARS)在广东、香港、北京等地大爆发,部分原因被指为在广东地区出现SARS之初被封锁消息,公众缺乏必要的知情权,从而没有引起必要的重视和警惕相关。而孙志刚事件则指孙志刚在广州打工期间被非法收容殴打致死,家属投告无门,他的大学同学将他的不幸遭际在互联网上公开并得到社会多个阶层的广泛支持,最后受到国家领导层关注,一洗沉冤,同时《城市收容管理条例》被废除。该事件显示了互联网作为媒体之一所可能聚集的社会力量。

变得“好看”了。从受众的角度说,一方面是传统媒体的影响力日渐式微,另一方面却是新出现或经整合改组后的媒体面貌的改变,表现出一定程度的积极主动,变得鲜艳、丰富,变得活泼和生动——从而“好看”起来,搅活了在传统、刻板的观念宰制下的“死水”,丰富了人们的日常文化生活,让受众要看了,新的整合和变革所带来的媒体面貌的变化日渐取代旧的媒体对社会发挥作用,从而从内在和外在等多个方面推动了媒体的社会



满目资讯, 吾谁与归?

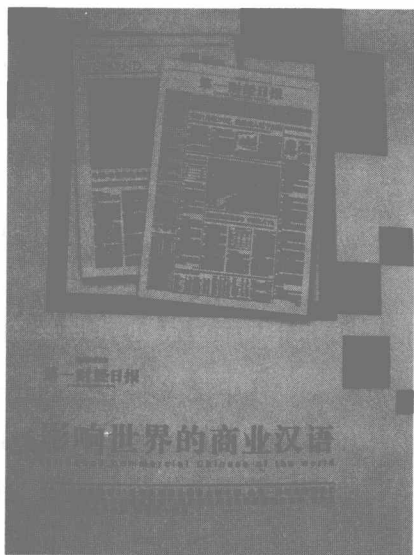
影响力和社会期待,它对社会的影响开始变得深刻和重要起来——不是有人说湖南卫视的“超级女声”是在中国以试验“娱乐民主”的方式而对社会民主进程的一次大规模沙盘预演吗?报摊上的报刊五颜六色,电视荧屏五彩缤纷,网站方兴未艾,眼球的功能已经发展到最大,目不暇接,媒体是日渐“好看”了。文汇新民集团重资打造《东方早报》,民营资本参股新华书店共营中关村图书大厦,《南方都市报》进京与《光明日报》合作创办《新京报》,越来越多的传媒公司上市,一个更加热闹的媒体盛宴渐入佳境。这当然不是一个简单的资产整合的问题,这样的变化对社会、对我们未来生活的影响无疑是重大而且深远的。但这是怎样的“好看”呢?这样的变局和“好看”的背后意味着什么?它真的意味着一个开放公平的理想社会的来临吗?

毫无疑问,媒体的发展显而易见地表达了人们对于公正民主的开放社会向往和期待。雷蒙德·威廉斯(Raymond Williams)在讨论传

播问题时,曾经将传播体制区分为四种体制:独裁体制、家长式体制、商业体制和民主体制。从原有的新闻管制体制转变为渗入商业成分的家长式体制或许可以看作某种社会进步,但是不是因此就要欢欣鼓舞于我们终于挣脱了一个更坏的体制?

借用威廉斯的概念来分析,从社会规管体制中必要组成部分的垄断式传媒体制到作为产业的混合着商业成分的家长制传媒体制在当代中国的变化是一个历史的过程。它糅合在所谓全球化背景下的现代企业制度的语境中。如果说在1990年代之前,传媒更多地处于被动和从属的地位,不同的思想和声音需要抵抗着各种形式的管制、禁锢以及不由分说的律令,挣扎着寻找着自身的话语空间,因此,对于中国公众而言,媒体的自由仍然是通往自由、民主、公正的理想社会的桥梁,媒体的自由空间因为与一个公正的社会的可能相连接,因此而变得特别值得期待。而且,它从弱势的从属地位走来,媒体象征了阳光,是知识、理性、现代、进步的同路人,它由代表社会良知的文化人、知识者操弄,除了无奈,它是值得信赖的。报纸上登的、电视上讲的,那如果不是权力的就是理性(知识)的,它代表着律令、真实或者惯习,是有权威的。这是一个神圣社会媒体的光荣和使命。但1990年代以来的社会变化改变了这样的媒体功能和定位。自1990年代末期开始,从广州南方报业集团、上海世纪出版集团的组建开始的省市报刊和出版社的资产合并,类似于上海电视台和东方电视台、有线电视台在国家体制下从广播电视电影局的机关事业单位向文广新闻传媒集团(SMG)的转化,报业集团和出版集团在国有资产内部的调拨整合,传媒集团的整合及其内部若干新媒体(如隶属于上海文广新闻传媒集团的东方网的建立)的生长,传媒的形态和功能已经发生了深刻的变化。以上海的解放日报集团为例,《解放日报》主要承担了党和政府重大的方针政策的宣传,即使是在一个日渐世俗化的时代也不能改变它的严肃性和政治主导性,于是对人们日常生活的影响则“让度”于同一报业集团下属的《申江服务导报》、

《新闻早报》等新创刊、改版的报纸。这种“让度”不同于政府“计划”体制下的资产调拨,却是一种“市场”机制下的不同的功能定位和角色分工。为了市场和效益,为了抢夺读者和广告,报纸要办得“好看”,电影电视要拍得“好看”,书要做得“好看”。“好看”与否成为一种评价标准,决定该文化产品的重要程度甚至存在与否的标尺。



“自由空间”下媒体力量的源泉来自于媒体的受众。从广泛的意义上说,它面向普罗大众,依靠自己不断提供的读者关心和感兴趣的资讯,或为弱势群体出头,以理性、知识来监督、质疑强势力量的言论行为,来形成它的“社会公信力”和“号召力”,凝聚受众的信任进而对社会发生影响。每逢危急关头,这种从民粹的立场出发,以关注普罗大众的民生为嚆矢的媒体,以底层的智慧寻找事实依据,挑战道貌岸然的虚伪和欺诈,代理性、知识和民众发言,进而从民间收集力量,成为新的权力结构中的一极。最近一两年来,一些具有标志性意义的媒体之间的重组整合开始出现,意在连舫板以成巨舶,以对抗在加入世界贸易组织之后国际大资本进入后带来的竞争压力。

传媒业的新变化逐渐取得了它在人们日常生活中的重要地位。它建构着当下人们的整个资讯、知识系统,改变着人们的价值取向,教育和书写了我们当下的历史和可能的未来。那么,当着媒体以“自由的话语空间”为号召而取得社会的话语霸权,对那日渐“好看”的媒体应该持怎样警惕的眼光?也因此,当整合之后的媒体开始释放出的能量,

产生广泛的影响之后,改变我们固有的视野和方法,分析“好看”之下的媒体,从而讨论这种可能之下有着怎样的陷阱或许有着特别现实的意义吧。

研究的对象既已明确,接下来的问题是我们站在怎样的立场上,以怎样的方法进入和分析当代中国的传媒空间与文化矛盾?正如本书一直强调指出的,并不自现在始,1990年代以来的中国思想文化界就一直在或远或近地关注着中国的变化。那些不断出现的各种思想和文化论争就是因应现实社会的变化而展开的。在相当长的一段时期里,我一直游弋在这些知识群体争论双方的两边,觉得都有道理,莫衷一是,甚至也看不出在这些争论的诉求之外还有什么别的可能。直到有一天游荡街头,看见大街上广告飘飘,是那么灿烂;看见精美雅致的时尚报刊,生意那么红火;看见“弹眼落睛”的小报标题,是那么惊诧诱人;看见逝去三十多年的“战士”变成当代的“酷男”,那么性感可爱;看见自称“躺在阴沟里,但仍仰望星空”的“无产阶级”诗人走南闯北贩卖另类,那么振振有辞^①。……我明白地知道了:那些争来争去的思想精英们大多同样喜欢到“新天地”里端杯咖啡扮“小资”,在广告的指引里“消费”和“制造消费”。他们之间的争论同样裹挟在这样一个花花绿绿的世界里,构成它光怪陆离的社会镜像中的一道光谱。他们同样自觉或不自觉地裹挟在1990年代以来“合乎人性”的“消费意识形态”的滚滚洪流之中。新的社会秩序就在这样的矛盾里和谐地建立。当一个社会从“生产拉动型”变成“消费拉动型”,从“短缺”走向“过剩”以后,“消费”不仅是拉动经济的发展手段,更是稳定社会的良方。它以“直逼人心”的力量变成了这个社会最重要的话语。我猛然回头,拍开那些争论的罩门,直接走上

^① 参见香港《明报》2001年12月8日“世纪”版《我躺在阴沟里,但仍仰望星空》对“左派导演”张广天的专访及本书第四章的有关论述和材料。



在过去的几年里，上海的新天地一直是小资的时尚地标。国际会议结束的晚上，左翼和右翼的学者们都会来此做“田野调查”。

人声鼎沸的街市，看广告、翻杂志、流连报摊，在潮涨潮落的经济社会里倾听“消费”的回音。那些“市声”里居然有着未被规范的极其丰富的思想和抵抗的可能。清理 1990 年代以来中国知识群体对社会现实的“关怀”以及他们之间的各种论争，是本书出发的起点。从那里出来，把对街市上收集得来的“市声”的分析加入到我们一向偏爱有加的精英群体的趣味以及经典文本的思想拼盘里，我希望这样的行为不至于冒犯“纯文学”的审美趣味和精英知识分子思想的严肃性，甚至于对那些“精英”思想的开放与丰富有所裨益。我更希望这样的分析回过头来是回应了他们的那些论争。霍尔说，“在‘被挑选出来的意义’的多个领域镶嵌着整个社会秩序，它们显现为一系列的意义、实践和信仰：如对社会结构的日常知识、‘事物如何针对这一文化中所有的实践目的而发挥作用’、权力和利益的等级秩序以及合法性、限制和制裁的结构”^①等。对于我而言，阅读当下中国的回答答案也因此就分散在本书的每一个章节里。

福柯说，当代思想的核心问题是没有思考他者的能力。它首先要

^① 斯图亚特·霍尔 (Stuart Hall):《编码、解码》(Encode, Decode), 转引自罗钢等编《文化研究读本》, 第 353 页, 王广洲译, 北京, 中国社会科学出版社, 2000 年 9 月。

求我们把我们研究的对象物所想的東西,特别是“对象”所心心念念的东西思考进去。否则,我们动机再纯、批判的立场再清楚、活儿再干净、逻辑再自恰,但你玩你的,很容易“不及物”。1980年代现代启蒙意识形态的思想主流当然有它自身的问题,但简单地重回革命意识形态的文化批判同样是值得反省的。今天,文化研究的理论和实践成为人们很愿意选择的立场取向,霍加特、威廉斯、霍尔,他们从“在地”的底层出发,重视大众文化、通俗文化的研究,讨论文化和权力的关系问题,强调少数族裔、群体被压抑的文化权利,批判精英文化,强权政治更不用说了。但是,如果把这些工作的若干要素比如“在地性”^①、大众文化、精英文化、少数、批判、种族、性别等等抽离出来,我们其实是并不陌生的。为什么我们不会把“文革”与文化研究放在一起做比较研究,为什么我们压根儿就觉得这两者不是一个东西,最主要的是两者的性质一个是革命,而另一个不是。文化研究的工作是批判,是反思,但它的根本立场却是变革和改良,尤其是对于社会文化而言,所以它强调从文化分析的立场出发,强调多元的可能,强调新的文化设计对于各相关方面的合理性以及实践可能性。也就是在这样的意义上,欧美不少文化研究工作者转向文化政策研究,文化政策的批判研究,有它的现实性和合理性。

马克思曾经指出,哲学家的工作是解释世界,而我们要做的是改造世界。按照我的理解,文化研究所要做的正是丰富自己解释当下世界的能力,加强自己改造世界的思想可能。因此,在卷入了全球化背景下的“阐释的困境”中,需要进一步追问的是,当我们的研究工作暗含了

① “在地”一词在中国大陆而今是一个很“时尚”、颇有“后现代”“意味”的用语了。据我的阅历所及,这个词在中国大陆的第一次出现是在1999年春。当时,我还在某出版社工作,由我担任责任编辑的《打开咖啡馆之门》和《咖啡地图》出大陆版,华裔法籍作家张耀在为图书作宣传接受《申江服务导报》记者采访时,有“你们在地,我不在地”之语,该记者听不懂。但她感到新鲜的神情告诉我,她第一次听到了“在地”一词,写了进去,然后流传开来,那么,所谓“在地”也是“国际”之后的结果了。当然,在此之前,“在地性”(localization)早就是文化研究的核心理论概念了,但这两者虽有关联却并不一样。

某种反思性和批判力之后,怎样能够付诸实践?批判的力量会自发地产生吗?在今天这样一个审美日常生活化、商业化的时代,批判知识分子早已不是“振臂一呼,应者云集”的英雄。何况正如上文已经指出的,知识分子群体并没有自外于当下的世俗生活呢?我们如何可能,又依靠什么从整体上去寻求另类的可能?这就是说,要使文化研究的工作具有有效性,仅依靠历史地“呈现”各种传媒、文化背后的合谋,分析它所产生的宰制力还不够,因为这样的呈现再丰富,那还是“一根筋”下的丰富。传媒文化研究的工作在揭开它有多种意味的宰制形式之后,不是为了让我们明确地知道现有的社会生活和文化逻辑是天然的,“无所逃于天地之间”,而是想要说明,在揭示了资本、文化、权力合谋的媒体时代的本质之后,我们仍然有某种“乌托邦”的向往和可能。并且,批判的思想和反思立场也并非不提供社会文化变革的方案。因此,我们必须清醒地看到,日常生活的闪念、看法和行为,各种“在地”的社会运动的思想和实践正是被日渐消耗和稀释的文化研究的活力与可能所在,虽然还有别的多样可能,但这条路更长,也更艰苦,而且走起来还不那么爽快。

本书分上下两编。上编以七章的篇幅从对1990年代的重新解读提供提出问题和分析问题的背景开始,分别从流行的都市报刊的生存空间、时尚杂志的修辞策略、国际资本广告的表征(Representation)方式、房地产广告与身份建构、媒体在关键时刻的关心与作为、作为传媒主要表现的新闻的技术特质等方面,对当下的传媒文化展开分析,解读影响日渐广泛的各种传媒文化的变化及其意义,阐释当代中国的传媒文化与社会变化之间的关联。下编以“想象生活的方法”为题,包括三章内容。分别以两本书引发的评论和两次海外文化实践考察为思考起点,展现了各种不同的“在地”的社会运动实践及其思想成果,试图“走出”我们被大众传媒和消费观念所笼罩的生活,打开被各种“理性”、“知识”所束缚和规训的思维,探寻被日渐消耗和稀释的文化研究的活力与可能所在。作为本书的研究结论,这也是为了向我们提示当代中国

文化研究正缺失的以及我们未来的希望所在。

书后收两篇附录。其一《我们在广告时代的生活》是我刚刚接触传媒文化的分析,做文化研究的第一篇长文。我几乎一字不改地附录在后面,除了出于对自己研究起点的一个提示或者说纪念而外,更多的是由于它与本书讨论的内容相关,经验地描述了我们当下的生活图景。附录二《多重焦虑下的阐释》则具体地展现了1990年代思想文化界对于社会变化的思考和认识。此文作为教育部重大科研项目“1990年代的思想文化论争”的成果之一,除了清理1990年代“后现代”、“后殖民”文化论争的思想和文化脉络之外,特别强调指出,知识分子群体对中国当下问题的处理并不自外于各种文化的偏见和利益。因此,这两篇文章在问题意识和思想脉络上与全书的讨论互为补充、印证,故附录于后。

目 录

序言	001
----	-----

上编 传媒的幻象

第一章 重审 1990 年代	003
一、启蒙主义姿态的失效	003
二、文化论争的困境	011
第二章 在“小报”的字里行间	016
一、“欲望”的塑造与市场观念的确立	019
二、消费革命中的利益博弈	026
三、“小报”背后的隐秘书写	032
第三章 《酷男 切·格瓦拉》出场	037
一、时尚报刊：白领的消费教科书	038
二、“情挑”制造	040
三、“酷”：从革命到消费革命	048
第四章 脏字裤子上的政治	055
一、在崇高与堕落之间	057
二、民族想象与广告形象认同	060
三、国际资本与消费观念的建构	064
第五章 身份、市场及其他	069
一、市场意义的释放：从住房到房地产	070
二、诗意修辞中的身份建构	074