

新闻传播学前沿译丛

李珮 / 主编

做文化研究

随身听的故事

(第二版)

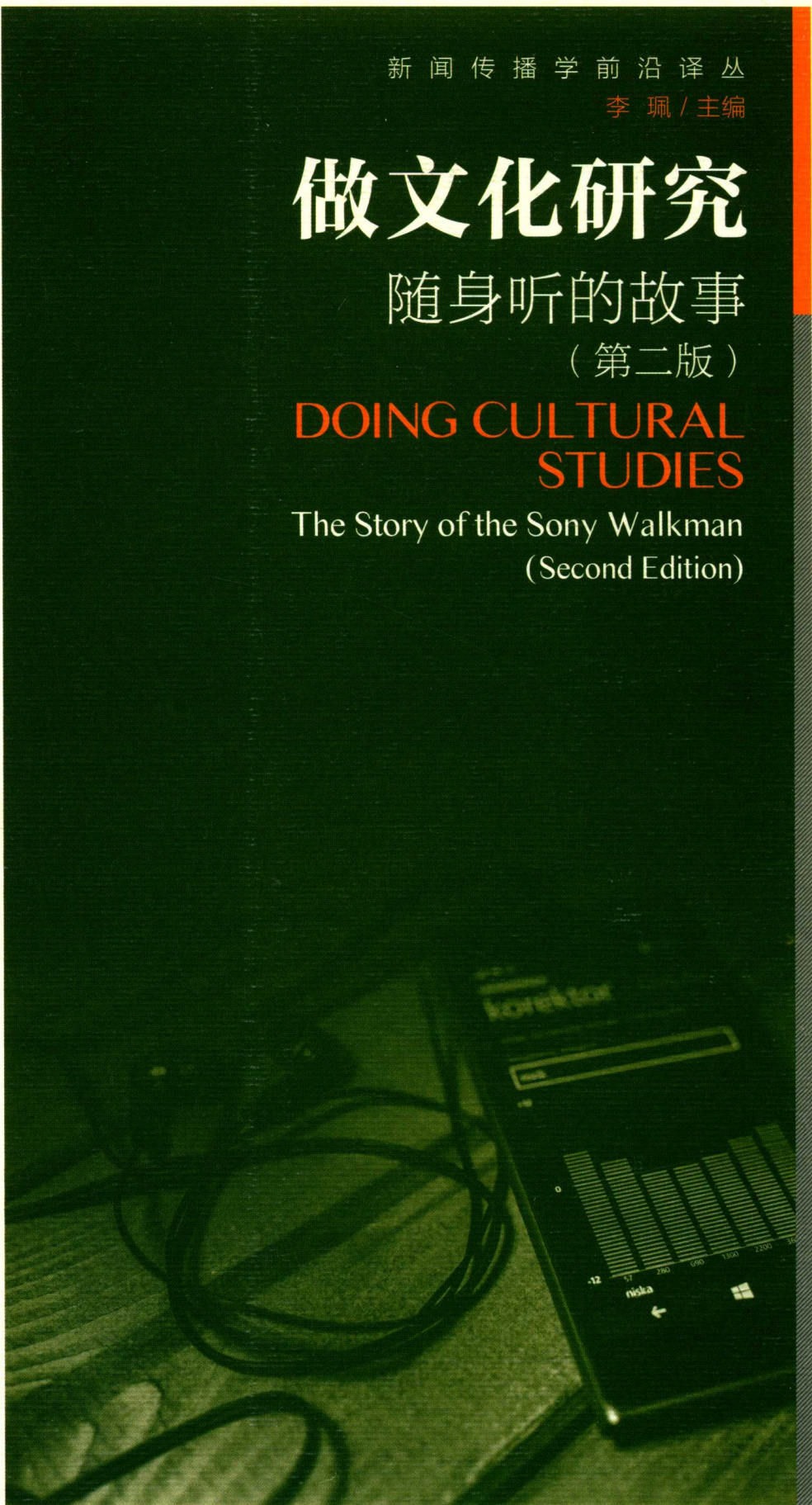
DOING CULTURAL STUDIES

The Story of the Sony Walkman
(Second Edition)

〔英〕保罗·杜盖伊 (Paul Du Gay) 等著

杨婷译

中国传媒大学出版社



新闻传播学前沿译丛

李珮 / 主编

做文化研究

随身听的故事

(第二版)

DOING CULTURAL
STUDIES
The Story of the Sony Walkman
(Second Edition)

[英] 保罗·杜盖伊 (Paul Du Gay)
[英] 斯图尔特·霍尔 (Stuart Hall)
[英] 琳达·琼斯 (Linda Jones)
[英] 安德斯·科德·马德森 (Anders Koed Madsen)
[英] 休·马凯 (Hugh Mackay)
[英] 基斯·尼格斯 (Keith Negus) 著

杨婷 译

中国传媒大学 出版社
·北京·

图书在版编目(CIP)数据

做文化研究:随身听的故事/(英)保罗·杜盖伊等著;杨婷译.
—2版.—北京:中国传媒大学出版社,2017.8
(新闻传播学前沿译丛)
ISBN 978-7-5657-1836-6

I. ①做… II. ①保… ②杨… III. ①文化理论 IV. ①G0

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 232938 号

新闻传播学前沿译丛

做文化研究:随身听的故事(第二版)

Doing Cultural Studies: the Story of the Sony Walkman (Second Edition)

著	者	〔英〕保罗·杜盖伊(Paul Du Gay)	〔英〕斯图尔特·霍尔(Stuart Hall)
		〔英〕琳达·琼斯(Linda Janes)	〔英〕安德斯·科德·马德森(Anders Koed Madsen)
		〔英〕休·马凯(Hugh Mackay)	〔英〕基斯·尼格斯(Keith Negus)
译	者	杨 婷	
策 划 编 辑	司马兰 姜颖映		
责 任 编 辑	曾婧娴 姜颖映		
装 帧 设 计	拓美设计		
责 任 印 制	阳金洲		

出版发行	中国传媒大学出版社		
社 址	北京市朝阳区定福庄东街 1 号	邮编:	100024
电 话	86-10-64450532 或 65450528	传真:	010-65779405
网 址	http://www.cucp.com.cn		
经 销	全国新华书店		

印 刷	北京玺诚印务有限公司		
开 本	787mm×1092mm	1/16	
印 张	12		
字 数	210 千字		
印 次	2017 年 8 月第 1 版 2017 年 8 月第 1 次印刷		

书 号	ISBN 978-7-5657-1836-6/G·1836		
定 价	52.00 元		

版权所有 翻印必究 印装错误 负责调换

编 委 会

主 任:李希光 欧阳宏生

编 委:李希光 欧阳宏生 李 珮 罗小萍

李 韧 蒙晓阳 贺 艳 王 炬

陈笑春 裴永刚 屈永刚 赵文丹

主 编:李 珮

副主编:李 韧 罗小萍

该译著为西南政法大学 2014 年度人才引进科研项目
(项目号 2014 — XZRCXM001)成果之一。

第二版导言

1. 情景设置

你知道什么是卡带播放器吗？如果答案是肯定的，那你可能记得 Walkman（随身听）。虽然 Walkman 是日本索尼(Sony)公司的一个品牌，但在 20 世纪 80 年代和 90 年代它就是随身听的代名词，正如早期胡佛(Hoover)与吸尘器、施乐(Xerox)与复印机的关系一样。如果你是 20 世纪 90 年代的年轻人，那你可能曾经拥有过一部随身听；如果 90 年代时你还太小，那么在你父母的家中、二手商品店中，又或许在 80 年代和 90 年代的电影或杂志中，你有可能无意间见到过随身听。曾经，随身听随处可见，人人都知道它，没有它是一件落伍的事情。那么，你可能想知道，随身听是如何以一种全新的方式使唱片变得便携，并让使用者可以在公共场合——如地铁中、公交车上或者长椅上——沉浸于个人的娱乐空间中的。人们认为随身听打破了公共领域与私人领域之间的界限，并且开启了一种挑战传统音乐工业的新的音乐消费模式。人们认为随身听的出现是现代文化发展的一个新的关键环节。有人认为它是一种解放性的工具，但也有人认为它是一种反社会的青年文化的符号。有些评论家认为随身听是一种使能技术(enabling technology)，它使音乐摆脱了家或者其他一些界限性空间的限制；而也有评论家认为随身听促成了个人中心主义，是一种对社会的威胁。这些评论对于一个小小的随身听来说有些严重，但确实反映了其与现代文化活动轨迹有关的争论。这些轨迹和随身听相联系，并且随身听成了可以描述这些轨迹的实例。

着眼于现在，或许对于你来说这些争论都过时了。如果现在你正戴着耳机在地铁车厢中拿着平板电脑阅读这篇导言，这并不奇怪；但是如果有任何人质疑你这

样做的权利,那就是奇怪的事情了。如今人们在公共场合携带移动设备已经是司空见惯的现象了,如果你碰巧在火车上使用平板电脑进行阅读,那其他的乘客很有可能在做相似的事情——发消息、上网或更新博客。平板电脑和随身听有诸多不同。听音乐只是平板电脑的众多功能之一,平板电脑和随身听最核心的区别在于,平板电脑的大部分应用需要连网。从这个意义上说,平板电脑并不是个人的“避难所”,而随身听是。平板电脑可以实现你和信息世界的联系,然而这些海量信息在随身听时期还并不存在。苹果公司主宰了当今的移动设备。和索尼公司(以下简称为“索尼”)不同的是,苹果公司并非植根于日本的企业和设计文化,而是一家发源于硅谷的一个小车库的著名的美国公司。换句话说,如果说随身听代表了 20 世纪八九十年代现代移动设备的精髓,那么我们也可以认为 iPhone 和 iPad 在当今扮演了同样的角色。

既然我们的文化世界如今被一种新兴的、互动性的移动设备主宰着,那为什么我们要读一本和随身听相关的书呢?除了追寻记忆,我们还能从这本书中获取更多其他的东西吗?答案是肯定的。通过过去来反思现在,可以让你把自己的文化消费看成一种重要的审视过程。把随身听和其他设备(如 iPhone)相对比,不仅可以使你准确地找到那些和当代科学技术相关联的、独特的文化实践活动,也可以使你发现在不同时期表面上不同的文化产品之间潜在的相似点。在更仔细的了解下,你对有关随身听的讨论可能就不再那么陌生,又或许你在进行仔细的思考之后,仍然觉得这些观点很陌生。但是不管你倾向于认为文化实践活动是不断重复的还是不断流动变化的,接下来你都会发现,在阅读这本书的过程中,你的观点会受到挑战。与随身听相关的文化活动和与基于网络的现代移动设备相关的文化活动间的对比不仅展现了连续性(continuities),也展现了变动性。随身听与现代移动设备的技术被展现、被认同、被复制、被消费,也在相关的学术辩论和媒体中被讨论,这样的方式实现了文化活动的连续性和变动性。

对这些连续性和变动性的认定和概念化是本书的核心部分。本书的主要内容和 1996 年版的一致,但增加了大量名为“回到未来”的内容框(“Back to the Future” box)。这些内容框引入了新的解释,也提出了新的(和一些旧的)问题。阅读一本 15 年前出版的书可以提供给你一种比较的可能性,而新版中提出的问题或许可以帮助你从这种比较的可能性中获益。确实,在新兴移动终端快速发展的时代,修订这本书的主要就是为了获取这种比较的可能性。把随身听和新兴移动终端放在一起对比引发了很多有意思的问题,包括技术在当代文化活动与文化产业的组织和再生产的集成中所扮演的角色。我们所熟知的天才,如史蒂夫·乔布斯

和马克·扎克伯格,他们的故事是以一种新的形式展开的,还是与盛田绍夫(Akio Morita)和他所在的索尼管理团队的故事相似呢?在对现代文化的影响方面,和网络的连接是否使得当今的新设备和随身听大相径庭?而用户在使用这些设备时留下的数据痕迹,是否会对网络的规范提出挑战?众包(crowd-sourcing)会不会导致文化产品的生产者和消费者之间相互关系的改变?

xiii

这些问题只是整本书中所涉及问题的一部分,本书中所有的问题都有理论和大量文本的支撑,这些数据和资料能帮助你思考这些问题带给你的启示。我们选择以这样的方式来安排这本有关随身听的再版书的结构,是因为我们相信历史性比较是分析性思辨的核心方法;同时,我们也相信首版书很有可能激发新一代的学生们在文化学习领域中的分析性思辨能力。最关键的是,这种历史性比较可以帮助你避免文化学习中的一些与时代不符的错误或者是时代更替过程中产生的问题。比如,把当下过多地投射到过去,而使得过去失去了自身的特征;或者是把当下看成是全新的、与过去完全不同的,而使得过去成了该被扔进历史的垃圾箱的不相关的事物。这本书以一种历史性比较的方式提供给你实用的经验,与此同时,让你通过了解当下流行的设备(iPad等)去思考当今社会的文化难题。在读完本书后,你需要重新评价首版书中提出的中心分析方法和一些概念的实用性,尤其是“文化回路”(circuit of culture)的概念。

那么究竟什么是“文化回路”?这一概念的提出对于像随身听、iPod、iPad等设备相关的文化研究有何用处呢?首版书中曾指出,长久以来人文科学领域中的文化产品分析都高度集中在对生产过程的分析中,因而,在人们的感觉中,文化产品的生产模式是产品的特定意义与功能的主要决定因素。书中还指出,事实上,过程不是不重要,但是对于任何文化产品来说,过程并不是全部。在对一系列的活动与过程进行阐释的基础上,首版书介绍了一个理论与方法相结合的模型。因此,首版书并不只是讲述文化产品生活的某一个方面,而是提出文化产品是实践活动的一种不可缺少的表述方式,通过这些实践活动,某种解释、某一描述或者某个“故事”才得以显现(参见37页)。从在首版书中被提出,这一“模型”(首版书借用并阐述了其他学者提出的概念,其中最出名的是理查德·约翰逊的理论,这一点在首版书中也明确地说明了。)就成为文化研究中一个颇具影响力的理论工具。它基本上是一个关系模型(relational model),它所处理的是管理活动(regulation)、消费活动(consumption)、生产活动(consumption)、认同活动(identity-work)和表现形式(representation)在当代文化产品的集合中的相关关系。文化回路这一概念将在本书中作更详细的介绍,但是本书的中心目的是探索这一模型的说明能力或现代移

xiv

动设备的实践活动,使读者批判性地思考这一模型;换句话说,就是向读者展示我们的“现在”是如何不同于随身听时期的“现在”的。

在阅读首版书的过程中,我们讨论了在今天的社会环境下“回路”这一概念的优点和缺点。我们认为这一概念还是有启发意义的(我们在书中会进行简单解释,这一概念曾是最新最前沿的教学方法)。但这并不意味着可以照搬 1996 年的使用方法,因为从 1996 年至今,社会发生了太大的变化。比如,“用户导向改革”(user-driven innovation)和“生产-消费链接”(prosumption)这样的技术和活动的出现,使得消费者与生产者之间的相互关系已经改变了。有意思的是,虽然如今二者这样的相互作用关系已经发生改变,但是相互作用的概念在 1996 年的首版书中就已经被表述过了。通过阅读首版书,我们发现了很多有关“文化回路”中不同“瞬间”(moment)之间的关系的详细讨论,尽管这些讨论都需要改进,但是我们仍然认为这一模型是有启发意义的。在读完这本书,尤其是读完书中新增的内容后,不管你是否同意我们的结论,你都应该清楚:如果你发现“文化回路”这一概念在分析当下的文化产品和活动时是有用的,就验证了这一工具的有效性,也会为你将来的学习奠定坚实的基础。但是,如果你发现这一模型的某一部分在理论上和实质上都已经过时,你也可以在本书的“回到未来”文本框中进行实证性和概念性的讨论,并最终得出该模型已过时的结论。这一做法可以在很大程度上帮助你修正这一模型,或者全部摒弃它并提出其他更加有效的处理方式。

毕竟不仅仅是我们探索的事物发生了改变,我们所使用的概念性词汇也发生了很大的变化。首版书除了对文化产品进行了介绍,同时也通过跨学科理论的视角对文化产品的探索进行了介绍,而这些跨学科理论统一被称为“文化转向”(cultural turn,指实践活动、文本和语言的转变)。所以,当你读首版书的时候,你不仅应该考虑各种文化活动之间大量的连续性和变动性,同时还应该考虑这些文化实践是通过什么方式被理论化的。在首版书中所运用的概念性词汇是否还有解释力?或者说,是否有理论从根本上或者部分地对这些假设提出质疑?为了帮助你阅读,使你的学习收获更多,在下一节中我们会以一种更加细化的方式阐述这一理论基础。现在,让我们回到 1996 年,简要地讨论下最初为什么要写这本关于随身听的书、这本书是如何完成的,以及首版书出版后被接受和使用的情况。

2. 首版书的撰写和被接受情况

化,媒介及身份”(Culture, Media and Identity)的课程从 20 世纪 90 年代开课以来,至今已经开设了 10 年(至 2000 年)。设计这门课程的初衷就是为了从社会学的角度跨学科地介绍文化研究,总的来说,是为了介绍在当时对人文社会科学影响很大、被统称为“文化转向”理论方法的主要构成。这门课程的开设团队(就像开放大学其他课程设计一样,不仅包括开放大学的学术成员,也包括了开放大学的设计师、编辑、BBC 制片人,以及大量的来自其他大学和相关机构的学者)。他们很清楚上这门课的大多数学生对文化研究或者媒体研究都了解得很少或者根本不了解,他们在学习复杂的理论部分时会遇到很大的挑战。因而,制作团队决定在课程开始的前几周给学生们提供一个“引子”(hook)。这一“引子”会通过文化产品的个案研究让学生沉浸于主要的话题和事件中。这样做的主要目的是设计一个文本(将视听材料、学习指导材料等结合在一起),通过具体的个案研究提供这一课程的主题框架——文化代表、文化认同/文化差异、文化消费和文化规范。通过考察这一课程的“逻辑”是如何操作的,我们希望这一介绍性文本能够给学生们提供一个可以多次查阅的指导工具,从而帮助他们做研究。

出于这样的目的,这部随身听著作就面世了。需要强调的是,这本书的最初也是最重要的目的是为了教学,再没有其他什么更大的目标了。它就是一本教科书,或者比较特殊的教科书。它的特点或许就在于所选取的是在当时并未受到很多学者关注的对象,因此要获取细节必须进行大量的研究,只有获取了这些细节,才能谈及这门课程的主要设计目的。为了选择最佳的素材,课程设计团队进行了大量的争论和讨论。电视、电话和电脑等都被考虑是否可以拿来做个案研究。但是,制作团队认为这些对象已经从很多不同的角度被研究过了,很难再放到个案研究中而不带偏见。相反地,随身听作为一种非常独特的实体,是很有优势的。它很流行,引起了谈论和争论,但是没有学者对其进行过相关的学术分析。课程制作团队直觉上认为随身听可能是一个很有启发性的个案,可以承载起课程的主题。

随身听一经被确定为个案分析对象,由保罗·杜盖伊(Paul du Gay)、斯图尔特·霍尔(Stuart Hall)、休·马凯(Hugh Mackay,开放大学课程小组学术成员)、开放大学课程负责人琳达·简(Linda Jane)和来自伦敦金史密斯学院的学术顾问基斯·尼格斯(Keith Negus)组成的研究团队就开始进行课程设计。历经几个月的时间,这一团队收集到了英国几乎所有有关随身听的文本资料,并开启了一个由艺术学院学习摄影的学生们参与的项目,为文本提供配套的有关“使用中的随身听”的影像资料,同时团队开始整合手中一切和课程相关的资料。正是在这一过程中,“文化回路”的框架工具出现了。团队的每一个成员都负责一个或者多个“回

路”中的“瞬间”，由此开始建构一个基本的叙事框架（索尼随身听的故事）。明显地，团队成员们将这些有关随身听的“瞬间”都处理得比较正确。随身听作为一个文化产品需要进行一些额外的研究，例如，查阅索尼欧洲广告代理处的各类档案资料，采访在索尼负责产品设计和生产的高级执行官。一本教科书的前期准备工作能够包含如此多的源于世界不同地方的研究，这充分证明了开放大学课程研究团队具有独特的合作性，并可以利用大批企业的资源，包括与 BBC 合作。没有这一点，这本书不可能达到预期的说服力。

1996 年底，首版书完成了，刚好赶上第一批学生学习“文化，媒介和身份”课程。在课程的第一年，制作团队已经达到了主要目的，即通过随身听给学生们提供一个“引子”，让他们在学习的过程中可以抓住重点。随身听的相关材料提供的文化回路的关系模型和各种细节都发挥了教育作用。除此之外，团队还发现在进行课程的其他部分时，学生们仍然需要援引随身听的相关文本。从这个意义上说，随身听作为教育指导工具，在开放大学获得了很大的成功。但是，团队没有预见到这本书在开放大学以外被接受的程度。因为团队主要考虑的是提供一种方法，使开放大学的学生可以通过个案研究处理复杂的材料，而没有花时间思考这本书是否具有更大的影响（当然，我们的出版商塞奇出版社考虑过这个问题）。因此，不久问题就出现了。很多学科以及跨学科领域引用了这本书，有一些学科甚至不属于社会学和文化及媒介研究的范畴，其中最出名的就是文化和经济地理学、社会人类学和物质文化研究、科学与技术研究、设计研究、流行音乐研究和管理组织研究。有意思的是，在以上及其他一些领域中，这本书不是简单地用作一本教科书，同时也是研究文本。这本书为什么能够运用于如此广的领域的不同水平的理论及实质性争论中呢？一个可能可以解释这本书受欢迎的理由是，这本书发行时，人们对于对人文社会科学和人文学科影响很大的“文化转向”的兴趣在迅速提升。通过对一种特定的文化产品的实证研究，此书介绍了一些和“文化转向”相关联的关键理论及方法，并且这本书能够达到学科间与跨学科的融合，而不仅仅是本学科的关注点。因此，这本书仿佛是在向对“移动性”越来越感兴趣的社会学家，社会科学技术学者，社会人类学家，对“物质性”问题表现出新的研究兴趣的物质文化研究学者，致力于组织文化、市场营销和品牌化的管理组织学者，经济地理学者，探索“文化经济”的政治经济学家发起对话。同时这本书也在大众媒体和学术媒介中引发了一系列反思，这一点再一次表明这本书受到了广泛的关注。这本书为与很多领域的发展相关的“联系研究”提供了模型，尤其是对文化回路的关注，受到了褒奖；但同时也因此受到了谴责，因为它提供的是适合所有框架的单一的模型，并把一些复杂

的、连续相关的现象缩减为预设好的“回路”中的一些“瞬间”。这本书被批评政治理念幼稚,尤其是在文化研究中受到一些政治经济学家的批评,他们认为这本书已经等于是在为资本主义企业(索尼)作宣传。然而,也有人认为这本书提供了一种值得效仿的教学方法,规避了很多有关研究对象的规范性假设(例如,有法国学者将这种假设描述为“STS text manque”)。对于课程打造团队来说,找到一本合适的、能够满足所有期许的教科书是不可能的,尤其是在他们发现团队的核心教学方法(回路)引发了有关它是否是文化研究模型的激烈讨论之后。笔者再次强调,这是一本教科书,不管是首版本还是修订版,都应该被看作一本教科书。

首版书中所强调和探索的核心问题在今天看来是否还像当初那么切题,这是一个有趣的问题。修订版大部分用于帮助读者提出并思考这类问题。我们故意没有提供任何关于这些问题的明确回答,但是我们尽力把新版塑造成首版的续本,特别是通过使用“回到未来”文本框与相关阅读及练习以达到这一目的。正如我们前文所表述过的,当代的互动型数字移动设备在很多方面和之前的设备大为不同。其不同点和新颖处是一个有趣的研究问题,需要进行实证性和概念性的研究。这本书就是试图协助读者们完成研究。在过去十几年里,随着概念的发展,文化转向就像它的近似概念“社会建构主义”一样,逐渐失去它在人文社会科学理论中的上层地位;同时随着广泛地被使用和接受,“文化转向”的使用也变得更公式化,因而也遭受了很多的批判。

同时,可想而知,其他的理论和方法论已经出现,其中一些已经进行了大量实践。这些实践是建立在他们对文化转向的概念构建的批判性参与,以及进行新鲜、有趣的文化观察和社会生活能力的基础上的。一些理论发展,例如从“物质转向”到“实践转向”,试图将关注点从文化、论述和意义上转移开,而主要去关注实践分析。虽然这些理论发展有很多不同的分支,但它们之间是由与术语“文化”(实际是“社会文化”)相关的问题联系起来的,这一点已经在以文化转向的理论设想为框架的分析中使用过了,尤其是在那些源于后结构主义的分析中。虽然从广义上讲,“实践”是“文化的”,但文化适用于实践分析的程度尚未确定,或者还在讨论中。这些新的转向如何加强、补充或者挑战以文化转向为特征的文本、论述和表意实践的理论焦点,将会贯穿本书“回到未来”文本框中的讨论。再次强调我们的宗旨只是试图帮助读者思考问题,尤其是通过书中的一些文章节选使这些问题尽量明了。我们尤其会将重点放在“物质转向”(material turn)的倡导者和代表人物们作出的声明与使用过的方法,特别是“行动者网络理论”(Actor-Network Theory, ANT)所提供的分析视角。

“行动者网络理论”是由布鲁诺·拉图尔(Bruno Latour)、米歇尔·卡隆(Michel Callon)和约翰·劳(John Law)在20世纪中期至20世纪80年代提出的。这一理论强调它是作为我们理解和解释文化活动(像我们使用移动设备)的一种方式,要认真对待物质产品的重要性。在这方面,这一理论一直有很大的影响力。我们在新的阅读材料中引用了拉图尔的一篇经典文章《技术促使社会可持续发展》,这篇文章解释了“行动者网络理论”和一些相关的关键概念,其中一个核心概念是“行为体”(actant)。尽管其他社会理论一直使用“行为者”(actor)来指代在社会进行有意识行为的主体,但是拉图尔更倾向于使用“行为体”这一概念,因为它强调行为可以归因于非人类。行为体的概念允许将非人类看成是行为者而不是符号投射的承载物而已(它们不仅仅是“代表”,或者指代物)。行为体不是根据意图或者意义视界(meaning horizon)进行定义的,而是根据是否能够通过制造差异而改变事物的状态来定义的。如果一个实体在别的主体的行为过程中制造了差异并且这些差异可以实际检测到,那么这个实体就是行为者。这一概念把行为看成是一种分布在人类行为者和非人类行为者之间的现象,这种现象类似于所谓的“行为者网络”(actor-networks)。

读者会被要求在“回到未来”文本框中思考拉图尔的论点,通过这种方式,读者或许可以获取有关“物质转向”如何处理本书中研究的对象和关系,以及他们是否从根本上对文化转向的相关问题有不同的意见。由此足以说明,拉图尔对物质主义的强调已经成为文化转向的一种挑战。正如我们曾指出的,在阅读完这本书并完成相关的练习后,你会更加清楚自己是否认同行动者网络理论和文化转向这两种完全不同的方式。

3. 从现在的角度重新审视文化回路

xix

在简单地回顾了当时写随身听书籍的最初动机以及该书首版被接受的程度后,是时候回到现在了。事实上,本书的核心结构是时间上的反复追溯。正如我们之前提到的,为了把首版的文章放到现在这个版本中并且帮助读者在今天的实证和理论环境下理解文化回路,本书中添加了“回到未来”文本框,这一点对读者来说可能是一种挑战。这些内容框将主要通过三个主题来达到上述目的。我们认为从评价过去15年的技术和理论发展程度,以及这些发展影响模型在当下的有用程度来说,这三个主题是最核心的,它们分别是:

- 作为管制基础的公私领域界限;

- 生产、消费和认同的相互关系；
- 数据世界的代表。

通过让读者讨论以上三个主题，“回到未来”文本框会带领读者再次审视文化回路的五大要素。第一个主题主要是处理规则方面的问题，第二个主题讨论的是消费、生产和认同的关系，第三个也是最后一个主题让读者思考的是表征的问题。我们会依次介绍三个主题并提供例子来解释为什么我们认为这三个主题是我们评价文化回路的起点，不仅仅是因为它很契合当今的移动技术发展，也是因为它比近年来被运用于文化研究领域的一些其他理论（例如，和转向实践相关的“行动者网络理论”）更有解释力。

3.1 作为管制基础的公私领域界限

几乎每一种新的信息技术的出现都会引发有关公私领域界限的实质性改变的相关讨论，19 世纪末电话的出现就是很好的例子。对你来说，电话或许只是一种没有争议的技术，而它在刚出现时却引发了关于它如何影响已有的公私领域界限的激烈争论。有了电话，电话接线员突然可以获取各种私密的闲言碎语，也能够把陌生人的声音带进家中。作为一种职业，电话接线员的存在对已有的社会等级和公众领域与私人领域之间的界限产生了影响。有关电话带来的问题在今天不会引起多大关注，你大概也从来不会认为你父母的电话有什么争议性。电话接线员已经成为历史（虽然这一说法对于某些呼叫中心来说是存在一定争议的），并且现在的手机也可以直接看到来电人是谁。但是这个例子证明了信息技术是如何挑战公共领域和私人领域的界限，并且引发有关管制的讨论的。现代技术在这方面也没有什么不同，鉴于你可能还没有以这种方式看待过电话，这就是一个很好的机会，你可以讨论像脸书一类的技术平台是如何挑战私密电子档案的所有权的，或者你也可以讨论私人的对话是如何通过网络新闻之类的渠道而变得公开的。确实，探索“技术刚出现时”的各种问题可以帮助我们避开之前提到过的因对时代和科技进步的尊重而带来的陷阱。为什么这么说呢？因为以第一次遇到和使用这些技术的视角去审视这些技术，可以使我们开始关注一些特定的历史背景。戏剧演员采用的语言并不像我们预想中那样生僻，他们辩解、挑战与反挑战的逻辑或许和我们自己的思辨方式没有什么不同。这表明不是我们所遇到的一切事物都完全是新的和不一样的，我们的祖先也一直在思考，一直在努力用自己的方式处理问题，这些方式与我们现在的方式并无本质差别。因此，其实我们也不必去过度讨论这类问题。

读完这本书后，你会很明显地发现，随身听也引发了公共政策讨论和有关公私领域界限的管制。尽管这些是相当小规模的管理和管制，但也体现了和随身听相

关的文化实践活动的重要性。在首版书“恐吓Ⅱ社会”(Menaces Ⅱ society)的部分,作者讨论了在公共场所随身听的使用者周围是如何出现“邪恶的眼神”的,也讨论了政府是如何通过广告宣传与罚款来控制随身听的音量的。与随身听相关的公众领域和私人领域的讨论与个人的习惯和激情被释放有关,随身听确实侵犯了公共空间并降低了公众价值。

从当下的视角看,“邪恶的眼神”的说法似乎非常奇怪。即使有关在公众场合恰当使用移动设备的争论没有完全停止(比如火车上“安静区域”的出现,以及手机中的飞行模式的设置),但至今也没有出现针对像平板电脑这样的互动型电子设备在公众场合的使用的限制。相反,使用这样的设备是被公共机构,如博物馆所鼓励的,因为博物馆也会使用二维码来给用户推送信息。即使由随身听引发的、与公私领域相关的具体讨论已经过时了,我们也还是相信,以理性的方式思考文化回路、以理性的方式思考文化产品在改变公私领域界限上所发挥的作用,以及由此引发的有关管制的问题的思考,这些在今天看来依旧是有意义的。很明显,新的移动设备正在引发有关公私领域界限的问题的讨论,公众关注和新的监管措施呼之欲出。

在前面我们已经提到过脸书的例子,围绕这个平台的讨论和一个更加普遍的争论相关,即用户使用移动设备所留下的痕迹是否会导致隐私泄露。一个重要的问题就是,是否应该对公司控制这些痕迹并通过它们来进行广告定向的行为进行管制。在这场争论中,常有人提出这些设备的使用者并不看重或者并不理解隐私方面的危险,他们甚至不清楚这些行为的后果。有趣的是,类似的说辞在随身听身上也适用:随身听的使用者并不在意破坏了文明社会所依赖的公众实践活动,并有效地创造了一个私人化个人世界。也就是说,和现代网络化的移动设备相关的实践活动确实与公私领域有关,并促使了管制需求的产生,并且这种相关性和早期的移动设备(如随身听)既相似又非常不同。人们曾认为随身听绝对隐私,而 iPhone 则因为其作为电话的属性,不能被简单地归为代表绝对隐私的一类媒体。如果你在火车上用平板电脑登录脸书,你就处在一个公共领域中。随着新的移动设备和平台的出现,公私领域之间的区别必然会变得模糊。有关随身听的讨论集中于对公众领域的威胁,而有关现代设备的讨论则集中于个人用户留下的使用痕迹的公共本质、这些使用痕迹如何被个人和政府使用,以及对人们的隐私的潜在作用。

在“回到未来”文本框中,包含有关公众领域和私人领域的讨论,以及我们需要从哪种角度管制这些内容以支撑各种不同的观点,“回到未来”文本框就是以这样的方式展现文化活动中的连续性与变动性的微妙关系,并透过历史比较和文本比较表现出技术发展的。但是这些文本框的目的不仅仅是为了让读者思考文化回路

与具体的技术发展相结合的能力。另一个同等关键的问题就是,到底去关注哪些对文化转向是核心内容的论证文本以及其他特征性活动对说明这些具体的技术发展是否适用。因为我们就这些领域的界限达成了共识,那么公众领域与私人领域的界限就固定了吗?这种固定是行为者网络理论所介绍的物质行为体的社会科技集合的产物吗?“回到未来”文本框鼓励读者去考虑这些理论问题,并把这些理论问题看成是从移动技术的实体发展角度思考文化回路现象的一个补充。

3.2 产品、消费和认同的关系

xxii

近年来,产品、消费和认同的关系已经成为很多当代文化产业分析,以及其他文化和媒体研究领域的中心议题。认同已经和特定物品消费获取的文化符号相关联。例如,苹果有与产品相关联的特殊的文化符号,并且这些符号可以追溯为某种特定的生产方式。长期以来人们一直认为苹果的生产都植根于文化实践,因此,在苹果,设计师比工程师重要。这只是生产链、消费模式、认同可以建立文化实践的方式并相互关联的一个例子。但如果这种关联破裂了,会对建立起来的文化实践产生影响。例如,苹果公司在中国的加工厂生产产品,它的生产链就开始重组了。生产的认知变化对消费和认同都会产生影响,并且在过去超过 15 年的时间里,社会媒体的出现也不断突出了这种影响的重要性。

生产、消费和认同的关系是本书首版中的一个重要主题。这三个概念都是文化回路的显性概念,在书中你会发现一些有关随身听的生产和消费之间相互影响的例子。例如,索尼为了获得特定的消费者的认同,在硬件选择设计中使用了大量的反馈检测系统。如果你是一个喜欢运动的人,那你会选择运动型随身听,它的配件可以让你在跑步的时候把随身听绑在胳膊上,这些配件可能有很多颜色可供选择,并且可以很牢固。生产链也曾是认同的一部分,当我们从今天的视角审视这些生产、消费和认同时,又可以再一次将连续体和变化两个概念联系起来。读者可以指出一些变化,诸如苹果公司并不主要靠硬件设计来定制产品。例如,iPhone 的产品设计很重要,但是这一点和另一个事实相比是次要的,即在本书首版中确认的生产、消费和身份认同的相互构成、相互影响的趋势,且这种趋势在不断加强。能够说明这种越来越紧密的相互联系的一个例子就是,用户以各种方式生成的内容已经成为大多数现代移动设备的一部分。如果你看看那些 iPhone、iPad 中最受欢迎的应用,你会发现用户也参与了生产和维持那些消费内容的活动。例如,维基百科应用可以提供由用户生成的知识,通过 Yelp 应用可以看到其他用户对酒吧或者夜店的评价情况,并且还有很多其他的应用是被个人用户开发,通过苹果商店进行销售的。用户的参与不仅仅体现在软件设计阶段,也体现在硬件定制阶段。当然,苹

果公司是这种用户生成内容的把门人,而不是开创者。因此,苹果公司在 iPhone 的生产中所扮演的角色和随身听生产中的索尼公司是不一样的。

再次重申,生产、消费和身份认同的相互关联中存在着连续体与变化。这种文化回路的三个要素之间存在的不断改变着的关系在过去的 10 年里已经持续成为理论与实践关注的焦点。我们相信我们提出的模型能够处理这些改变,但是对它们作出最好的解释是否需要文化研究的概念性语言来作为补充或者限定,这又是一个开放性的问题。例如,我们赞成“产消者”(prosumers/produsage)的说法,那么我们思考问题时是否不再需要区分“生产者”与“消费者”呢?或者这些概念间的连续性是否强大到可以保持与来自文化回路的初始概念的关系?“回到未来”文本框和一些新的阅读材料可以帮助你回答这些问题。

3.3 数字世界的代表

xxiii

在本书首版中,“表征”(representation)是一个关键的概念。它最能表明书中,甚至是开放大学的课程“文化,媒介和身份”所使用的一系列书籍中提出的方法的独特性,例如,本书首版就是以这一概念开篇的。这并不是偶然的,而是这本书的创作团队有意的选择。因为这一概念在试图表明文化无处不在,并表明那些之前所认为的单纯的经济活动,如大型资本主义企业的移动科技设备从生产本质上说都是具有文化性的。这本书不是把“生产”作为分析的起点,而是试图表明所有和经济相关的活动在很多方面都是由文化要素构成的。如果你思考一下被称为“经济”的概念,或者思考一下“组织”的概念,你就会明显地发现,当我们尝试管理它们的时候,我们首先要做的事情之一就是建构一个有关经济或者组织的画面。我们需要自问:经济和组织的主要构成部分是什么、构成部分之间的相互关系是什么,以及它们是如何保持一起运作并发挥作用的。换句话说,在我们能够管理经济或者组织之前,首先需要将其概念化,或是用一系列的过程和关系来代表经济或组织,这种过程或者关系才是可管理的。因而我们需要与经济或者组织相关的论述,并且这种论述和其他论述一样,将依赖于一种特殊的表达模式:一种陈述、一种认知对象的技巧,以及以一种特定的方式建构对象的技巧,这样才能对客体进行思考以及操作。在这里,与经济和组织相关的论述并不仅仅是信仰、价值观和符号,更是一种代表性的和技术性的构成空间的实践,经济活动和组织活动在这些空间内形成固定的格式和框架。

稍后你会读到,为了解释索尼随身听的“故事”,本书首版中不断地提到有关表征的问题。这就是为什么说对客体的分析也是对文化分析的一种介绍,这和其他类别的分析是不同的。明显地,文化研究不是处理问题的唯一途径,但是关注随身