

管宁 主编

传媒时代的文学写作

Literary Writing in the Media Era

”

传媒时代的文学书写

管 宁 主编

图书在版编目(CIP)数据

传媒时代的文学书写/管宁主编. —镇江:江苏
大学出版社, 2010. 12
ISBN 978-7-81130-200-4

I. ①传… II. ①管… III. ①计算机网络 应用-文
学创作-研究 IV. ①I04

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 242122 号

传媒时代的文学书写

主 编/管 宁
责任编辑/林 卉
出版发行/江苏大学出版社
地 址/江苏省镇江市梦溪园巷 30 号(邮编:212003)
电 话/0511-84440890
传 真/0511-84446464
排 版/镇江文苑制版印刷有限责任公司
印 刷/丹阳市教育印刷厂
经 销/江苏省新华书店
开 本/890 mm×1 240 mm 1/32
印 张/7.625
字 数/250 千字
版 次/2010 年 12 月第 1 版 2010 年 12 月第 1 次印刷
书 号/ISBN 978-7-81130-200-4
定 价/28.00 元

如有印装质量问题请与本社发行部联系(电话:0511-84440882)

目 录

第一辑 文学的变身与突围

文学变身:文化背景与媒介动因

——当代文学生存环境的文化与媒介考察 002

视觉文化与文学的跨媒体生存 024

传媒时代文学的生存策略与符码转换 038

后现代消费逻辑与文学的都市场景 054

第二辑 网络书写与文学生产

网络文学:从灌水到炼油

——网络文学二十年回望与检视 068

网络对文学传播的演进与重构

——媒介传播视野中网络文学发展与研究现状 099

网络文学的后现代话语逻辑

——网络文学的媒体特征与艺术特征 117

微博:文学最小化

——兼论传播媒介的嬗变对文学的影响 131

Web 2.0 时代的文学生产之变

——文学产业化过程中的相关现象研究 143

第三辑 消费文化与时尚写作

消费文化与文学的“日常”叙事 158

玄幻、差异美学与后现代主义 172

网络时代的青春呓语

——“80 后”写作作为一种文学现象 186

被规训的代际书写

——“80 后”写作作为一种文化现象 199

当忧伤成为时尚

——郭敬明《爱与痛的边缘》解读 213

“玉女”的忧伤与残酷

——张悦然小说浅论 224

后 记 239

文学变身：文化背景与媒介动因

——当代文学生存环境的文化与媒介考察

一、文学的“华丽变身”

时至今日,人们不得不承认,当代文学发展的轨迹及其所构成的地形图变得越来越难以辨认。人们不得不动用种种西方当代文学理论和文化理论来阐释文学。但即便如此,文学地形图的变化总是那样迅速地逃离她被赋予的概念和命名,尤其是网络技术的发展和运用,更是将文学纳入了一个急速变化的媒介空间——从网络文学到博客空间、从网络评论到微博的出现,文学的形态、传播和表现方式以前所未有的速度走马灯似的改变着。由此导致批评界的缺位和失语成为这个时代的家常便饭。

但这并不意味着批评家将无所作为,只是人们无法像以往那样即时地对文学评头论足,而是要隔着一定的时间帷幕去考察不断发生变化的文学,并由此描绘出文学地形图的基本轮廓。文学的变身不仅表现在文学与经济、社会、传媒之间的关系发生重要变化,而且表现在文学自身的审美表达发生重大转换,同时还表现在文学向影视、图像、动漫、广告及新媒体的大规模延伸。文学自身的地盘看似缩小了,但从广义角度看,文学不但没有被边缘化或走向式微,而且大大扩展了地盘,并以华丽的身姿出现在后现代异彩纷呈的文化舞台上。

(一) 文学变身的外在表现

1. 文学成为消费社会符号生产的重要依托

以消费为中心的消费社会所形成的后现代消费文化,着力彰

显商品的文化内涵——包括文化理念、价值观、时尚趋向、人生姿态等,并将这种内涵与人的身份、地位乃至教养等联系在一起。一种香水的广告对该香水的物质构成和生产技术可以只字不提,却会不着边际地来上一句:用了这种香水,会令人想起夏威夷的风光。而事实上这种香水与夏威夷毫无关系,这么说只是因为每年有许多世界级的富商到夏威夷度假,夏威夷也就在某种程度上具有特殊的符号意义,即象征着财富与金钱,这样能够让人想起夏威夷风光的香水也就不同一般了——选择它如同选择了一种富贵的身份,尽管这只是一种虚幻的富贵符号。大量运用文学表现手段的现代广告,无时无刻不在借助文学的表现力赋予商品以及人们日常行为以新的意义和内涵。许多知名品牌所包含的独特文化内涵,都是依靠富有创意的文学表达和其他表现方式得以实现的。宝姿、阿迪达斯、路易威登、古奇等服装和箱包品牌被消费者接受的原因,主要不在于其产品质量,而在于其设计和品牌独特的文化理念,而文化理念的形成为和被接受往往离不开富有文学色彩的广告创意。不仅是商品,人们选择什么样的住宅、旅游景点,逛什么样的商业街区、去什么样的书屋购书,到什么样的影院、音乐厅看电影、听音乐等,都跟这些场所是否被广告修饰过密切相关。从这个意义上说,文学事实上参与了整个后现代消费文化的建构与形成。

2. 文化经济化过程中文学扮演了重要角色

在文化产业异军突起的今天,文化已成为一种新的生产力,并得到高度重视。文化的创造已不单是文化本身的事情,而是与经济发展密切融合。文化人的劳动也不再是单纯地创造文化成果,同时也是在进行经济活动,力图获得更多的经济利益。于是,许多拥有文学才能的文化人,不再关在书斋里从事纯粹的文化创造,而是分化为各类直接创造经济价值的文化商人和文化经营者,如出版商、演艺经纪人、自由撰稿人、歌星影星等。他们大多数事实上也是从纯粹的文化人转变为进行文化商业运作的文化商人。无论

是哪个文化行业,市场运作过程中最重要的因素——内容开发,往往都离不开文学的介入。

3. 文学参与了传媒文化的形成与演变

与审美文化注重于美学建构、历史观照、现实批判与哲理思考,强调审美功能、教育功能和意义建构不同,传媒文化则是一种消费性的文化,它具有很强的商业性,是由一系列的媒介产品所组成的,它注重于感性直观、感官愉悦,追求时尚,强调即时的文化消费。传媒文化的消费活动虽然本身也是一种文化,但与传统的精神文化不尽相同。传统的审美文化、精神文化更关注形而上的精神领域的价值建构,而传媒文化则关注日常生活方式以及行为方式的转变,其影响更多地指向人们的生活姿态、消费观念和生活方式。于是,传媒文化被理解为是一种“其内涵侧重于在当代社会所引发的信息方式和生活方式的变革,特别是20世纪五六十年代以来蓬勃发展的、以现代传媒和电脑科技为支持的、以金钱资本为动力的、以包含信息和价值的光电影像或虚拟互动为主要内容的大众文化产品,及其外围的生产、传播和消费活动。”^①在传媒文化营造时尚、传播流行文化的过程中,文学无疑是重要的合谋者。尽管当下“图像、影像等视觉内容与形式日益成为我们文化的主要内容和形式”,^②但这些影像媒介都在很大程度上直接运用了文学的表现方法,或延伸和改造了文学的艺术手段;而文学本身也直接参与了后现代消费文化的形成——当下的传媒文化事实上就是后现代消费文化的一个重要组成部分。

4. 文学成为新媒体内容建构的重要元素

如今,以纯粹的文学形式呈现的文学作品越来越处于边缘地位,但不可否认的是,在报刊、广播、电视和广告这四大传统媒体之中,处处闪现着文学的身影——文学文本的图像化、影像化成为读

^① 陈龙:《传媒文化研究》,中国人民大学出版社,2009年,第20页。

^② 同^①,第19页。

图时代的文化时尚,大量改编自文学的图画书、漫画书、动漫片、电视和电影,事实上是另一种媒介形式的文学传播。即使是广告,也越来越具有审美意味,甚至我们可以将其看做一种简约型的商业文学表达。不仅如此,文学的身影还出现在依靠新技术支撑的新媒体之中,如数字广播、手机短信、移动电视、网络、触摸媒体等,这些新兴的媒体无疑需要大量的内容作支撑,而其中许多内容都是从文学派生出来的。这个时代,文学许多时候被媒介作为一种文化母本和文化元素,经由合乎文化消费市场需要和现代人审美趣味的加工,成为形形色色的媒介文化产品——这其中虽不乏精品之作,但更多的是娱乐文化产品。

(二) 文学变身的内在表现

文学与社会文化、经济发展,特别是与传媒之间关系的变化,在很大程度上改变了文学地形图,也改变了文学在整个社会文化大格局中的地位。如果仅仅就狭义的文学而言,其地位通常被描述为边缘化,甚至被视为将走向消亡。这事实上也是市场经济条件下文学的真实现状。但如果从宽泛的意义上理解文学的地位,则全然是另一种结论——文学在整个社会经济文化发展中扮演了举足轻重的角色。从文学变身的外在表现看,其地位不言而喻。但这些外在关系的变化究竟给文学本身带来了什么,这是我们不能绕开的话题。

事实上,外在关系的变化给文学自身带来了十分显著的变化。概要来说表现为五个消失和五个浮现。

1. 五个消失

(1) 美感的消失

这里讲的美感是传统意义上的美感。从以往的审美尺度来看,当下文学作品缺乏丰富、厚重的理性内涵,也缺乏对社会某个方面本质的揭示,对真、善、美的表现几乎淡出了作家的视野。人们从作品中看不到对社会问题与人生哲理的深入挖掘,同时在美学风格上也失去了对崇高、壮美、绮丽、空灵等美感形态的追求。

(2) 情感的消失

当下的文学作品,不再强调对纯洁、真挚情感的表现,也缺少对忠贞不渝的两性情感的描写。如今的作品很少表现爱与生命的相维系,也很少有像贾平凹《小月前本》、张洁《爱,是不能忘记的》、路遥《人生》等作品那样表现纯洁的爱、至死不渝的痴恋以及爱与道德理性之间的矛盾纠葛。爱情被性爱所取代,激情被狂热所替换,友情被肆意放逐,亲情由契约来体现。诸多情形表明:20世纪90年代以后,人们的情感方式发生了深刻的变化,道德观念也发生了变化,特别是“80后”与“90后”的年青一代。

著名作家格非在给学生讲课时遇到的一个情形,再典型不过地说明了年青一代的情感特点。有一次上课他讲到莫言的《透明的红萝卜》,他认为这篇小说是莫言写得最好的小说之一。小说中的主人公黑孩沉默寡言,但吃苦耐劳。在工地上砸石头时,他喜欢上一个比他大的叫菊儿的女孩。周围一些女子都看不起这个不说话、还有点神秘的黑孩,但这个菊儿不知为什么却喜欢他、关心他。这样一来,也许处在青春期,对异性有一种朦胧的幻想,黑孩见菊儿关心他,便暗恋、爱慕起这个姐姐。有一次,在砸石头时,黑孩砸破了手指,就抓了一把土往伤口上捂,菊儿看到了,一边责怪他,一边帮他清洗伤口,然后掏出绣着月季花的手绢儿给他包扎伤口。小男孩一看,可了不得了,他心想:我这么爱慕的一个女孩,竟然把她的手绢儿掏出来给我包扎伤口,包扎了伤口,这手绢儿也就归我了。这一来心里更加不平静了。他如获至宝,想把手绢儿藏起来。可他在工地上干活,没处藏呀,于是就把手绢儿塞到一座大桥桥墩的石缝里。每天经过大桥时,都要看看那个石缝,有时还要爬上去,看看手绢儿是否还在。格非认为这些细节很生动,把黑孩朦胧、暧昧的情感传达得曲折有致、细腻入微。但很含蓄,全篇没有一个地方写他的心理活动,只写行为,但他的心思却表现得非常清晰和出色。

可有一个学生,还是女生,听了这个故事,怎么也搞不明白:

“这黑孩在干什么呀?”格非说:“这怎么搞不懂,他在恋爱呀!”这个学生说:“谈恋爱有这么谈的吗?这么别扭,这么费劲。”于是格非就问:“那你们现在是怎么谈的呢?”这个女孩说:“谈恋爱简单得很,你爱不爱我?不爱?不爱拉倒。没有那么多曲曲折折、别别扭扭的事,没有那么多模糊的中间地带、那么多暧昧。”很显然,情感方式不同,对作品的理解就不一样,审美判断也就不一样。

这就是“80后”与“90后”年轻人的情感方式。反映到小说里,就是另一种表现了。比如卫慧《上海宝贝》中的女主人公,她与情人天天有着缠绵的精神之爱,同时又与一个德国人保持着狂热的肉体之欢。可她非常坦然,没有任何自责,也没有内心冲突,只有陶醉。在《我的禅》中,连精神之爱都没有了,情感被完全放逐了,只有性,只剩下性。小说中有一段话,很能说明主人公的情感态度,她说:“性在这儿似乎像一分钱的小硬币随地可捡,但这儿的人其实遗失了性的古典式乐趣,忘了坐在咖啡馆里抛出一个个含蓄而妩媚的眼神,慢慢地调情,拒绝、迎合、暂停,再逗引,再拒绝,再暂停。这种一进一退的探戈,这种拉锯战术,是需要时间的。但在纽约,时间太昂贵了。”

(3) 风景的消失

在以往的经典作品中,不乏出色的风景描写,许多这样的段落被收入中学课本,成为范文。可眼下作品中很难看到风景描写,从古典诗词曲赋中传承下来的风景描写,似乎断了文脉。这事实上是与情感的消失相联系的。风景描写常常是为了抒情,所谓情景交融,是一种理想的意境。而如今不再有什么抒情的作品,特别是小说,除了叙述一个好看的故事,或是用拼贴的方式进行种种欲望的描写,几乎很少有抒情。风景描写的消失不仅意味着抒情的消失,而且意味着人文情怀的淡化。

(4) 道德的消失

当下的作品更多地追求阅读的快感,追求趣味性,几乎完全将道德理想的承载放弃了。而20世纪80年代的小说,道德感很强,

主要描写人性的欲望,情感与道德之间的矛盾、冲突。到90年代,人们之间关系从道德关系转化为利益关系,以及在契约与规则下实现利益和欲望,这样就使道德意识淡化。

(5) 历史的消失

我们这里说的历史的消失有两层含义:

一是指从所谓的“历史是不可靠的,历史的真实也是不存在的”这一新历史主义观点出发来考察历史小说。譬如在先锋小说中,作家受新历史主义影响,对历史的真实性表示质疑,他们笔下对历史的描写不再像以往那样追求所谓的历史真实,而是将历史作为一种元素进行再叙事,重新编织故事,既不关注也不刻意再现历史的真实性,只是关注如何将历史融入所讲述的故事或所表现的内容,或仅仅将历史作为一种载体、背景和元素,为小说所要表现的人性内涵服务。

二是指在历史题材小说中,不注重历史规律、历史本质的揭示,而关注于历史人物的人性展示。如唐浩明的《曾国藩》、凌力的《少年天子》、《倾国倾城》,二月河的《康熙大帝》、《雍正皇帝》、《乾隆皇帝》,陈斌的《李鸿章》等,这些历史小说虽然也按历史的脉络书写,但那仅仅是作为表现人物情感、心性的一种必要过程,而对历史进程中人物的作用、历史事件背后的社会文化因素则缺乏深入的表现,作家对历史本身的理解也显得模糊不清。这些作品最大的特点在于表现了富有个性和人情味的历史人物。

2. 五个浮现

(1) 欲望的浮现

受商品经济和市场导向的影响,文学创作表现出对人性欲望描写的热衷。在现实社会追逐物欲享受的氛围下,难免更多地激发人性中的种种感性欲望——权力欲、金钱欲、情欲、占有欲、消费欲、支配欲、暴发欲、破坏欲等,这些便成为作家描写的重心。在所有的欲望中,较受青睐的是情欲和消费欲。不论是朱文、韩东、卫慧、棉棉、周洁茹,还是新近的网络作家痞子蔡(蔡智恒)、今何在、

天下霸唱、安妮宝贝、林长治、当年明月、唐家三少、李寻欢、萧鼎、何马、玄雨等作家的作品，往往都以表现性爱欲望和消费欲望为主。卫慧的《我的禅》与《上海宝贝》如出一辙，写女主人公与外国男友的情事，依然十分大胆、前卫。其中也表现了主人公超前的性爱观念和强烈的物质消费欲望。尤其令人感叹的是，在20世纪80年代曾写过《北极光》那样作品的资深作家张抗抗，在市场经济时代却写出《情爱画廊》这样风格全然不同的作品，《北极光》中那种对情爱纯净和理想化的追求，到了《情爱画廊》里已然演绎成性爱欲望的泛滥。

(2) 快感的浮现

欲望和快感都是相对于情感而言的。欲望是一种本能的宣泄，快感则是具有娱乐意味的欲望，是相对于沉重感而言的。也就是说，在时下的欲望宣泄中，总是指向快乐的、轻松的和趣味的感受。

事实上，对欲望的表现可以有不同的书写方式，在深度模式下书写欲望依然能够表现深刻的人性内涵。而在时下所有表现欲望的作品中，只是为表现欲望而表现欲望，很少表现欲望之间的冲突。因为一有冲突就会有困扰，甚至有痛苦，也就必然要显现出沉重感，而当今的文学是拒绝沉重感的。

(3) 个人的浮现

以往是强调群体，大到国家、民族，小到组织、集体，对个人需要的尊重是有限的。在泛政治意识的影响下，王蒙《布礼》中连谈恋爱时写的情诗都要与革命联系在一起：“我们没有自己，我们把自己献给了革命。在我的心里啊！亲爱的同志，你的意见就是爱情、爱情！”时下作品则往往更多地关注个人的欲望，并且这里说的个人不只是与社会相区别，而且与其他的个人相区别。也就是说，只表现属于个人的欲望，并且只通过个人来表现，而不是通过个人与个人之间、个人与社会之间的关系来表现。这是一种孤立的个人的欲望表现。所以，许多文章将20世纪90年代以来的文学概括

为平面化,这就是孤立表现欲望的结果。如果是在人与人、个人与社会的层面表现欲望,就可能产生深度。

(4) 娱乐的浮现

时下的文坛,不论是精英书写,还是大众的、网络的写作,都强调可读性和市场效应,以娱乐代替了审美建构和理性批判。这导致作品大都追求娱乐性、可读性,怎么好看、怎么吸引人就怎么写。女性作家中,如海男写的一部小说,篇名就叫《情妇》,发表在《作家》杂志上。小说的主人公是一个叫吴竹英的女子,丈夫去世后,她与一个叫罗文龙的男子相好 20 多年。她的女儿陈琼飞与大学同学恋爱,未婚生下一个女儿,叫姚桃花。姚桃花长大后,逐渐发现了外婆的私情。故事写得很曲折,很好看,娱乐性不言而喻。许多精英写作也是如此。比如莫言的《檀香刑》,作品有人性的深度,但以古代酷刑为主要内容,大量、精细地描写各种骇人听闻的刑罚,很大程度是为了吸引读者。作家当然可以借助刑罚描写来揭示人性丑陋的一面,但并非一定要如此大规模地描写酷刑才能表现,完全可以弱化,可以采用间接的描写方式。

(5) 都市的浮现

新世纪前后许多有影响的创作群落和创作流派,基本上都偏爱表现都市题材,如新写实、新生代、女性写作(身体写作)、新新人类以及大量的网络文学作品。而此前的文学写作,虽然也有不少都市题材,但还是写市井和民间的居多,而且多是历史题材,如冯骥才的津门小说、邓友梅的京味小说、陆文夫的“小巷人物志”系列作品等。

20 世纪 90 年代之后特别是 21 世纪以来,文学创作则基本是写当代都市生活的,这与都市化进程提速密切相关。这些处于现代化进程中的都市,为作家提供了更多新的想象空间:一是实体空间,如别墅、豪华轿车、酒吧、商厦、歌舞厅、高尔夫球场等;二是抽象空间,如金钱关系、商品关系、物质交易等。都市空间的凸显,为欲望、快感、娱乐化的表现提供了场所。而与淳朴、宁静乃至单纯

相联系的乡村,则逐渐淡出了作家的视野。

从上述五个消失和五个浮现中我们不难看出,文学写作已完全挣脱了以往的审美规范,在市场取向和自由表现中,呈现出价值虚空、欲望失控、娱乐失根、审美失范的状貌。这些变化背后,无疑有着深刻的文化与社会背景。

二、文学变身的文化背景

从人类文明发展的历史进程看,电脑和互联网自出现至今无疑只有相当短暂的时间,但就在这短暂的几十年里,由电脑和互联网带来的变化却是划时代的,甚至是令人惊叹的。当初电子计算机和互联网的发明者无论如何也不会想到,这一电子通信技术的进步带给人类的远不只是信息传播和交流的便捷,更重要的是由此导致了社会与文化格局的巨大变革以及文化生产方式的改变,并由此产生出一种新的文化形态:网络文化。

如今,互联网已将民族和国家之间的文化边界消弭殆尽——民族文化作为一个民族的身份表征,曾经是那样神圣而庄严、那样深厚而稳定、那样具有排他性。但现今这种民族文化的壁垒早就被互联网冲击得支离破碎,以至于许多在文化传播方面处于相对弱势的民族和国家,面对强势文化咄咄逼人的入侵态势,越来越感觉到维护国家文化安全的紧迫性与重要性。文化安全是与国家的文化主权相联系的,包括文化制度和意识形态选择权,以及与之相应的文化立法、文化管理、文化传播和文化交流的独立自主权等。但我们更关注的是强势文化(包括各种具有相当市场占有率的文化产品)传播所带来的文化渗透,对另一个民族或国家产生的文化观念、文化生态和价值取向等深层次的意识形态影响,这种影响才是最主要的,也是最具危险性的。

从这个意义上说,人们关于文化安全的担忧不是没有道理的。互联网强大的传播能力和渗透能力,已在很大程度上打破了以往文化传播的模式和阻隔:一种文化只要有足够的吸引力和相应的

技术支撑,就能够跨越国界和民族文化的壁垒长驱直入、横扫全球,无论怎样的围追堵截都无法阻止它的入侵。文化殖民时代正是由这种强势文化借助互联网等传播媒介而构成了文化霸权:体现着某种理念而又被众多异族群体所追捧的文化,事实上就形成了一种无需依靠武力的文化侵略。

当然,文化霸权的实施除了依靠传播媒介的作用外,传播内容也处于举足轻重的支配地位。这种内容主要由两个因素构成:其一一是其所秉持的文化理念,其二是拥有足够的趣味性。美国好莱坞影片之所以风靡全球,就是因为它通常具备了这两个因素——美国式的个人主义、人性视角,依靠经济和军事大国潜在后盾的影响,被许多国家和民族的人们所接受;而好莱坞式的叙事风格和独特的讲故事方式,当然还有数码高科技的支撑,使得美国的价值观总是那样悄无声息地传递到世界的各个角落,让人们在不知不觉中接受和奉行。20世纪那种在刀光剑影的威逼下强行实施文化侵略的现实已然成为历史,代之以不见硝烟的文化输出和文化贸易,自觉、自愿的文化消费背后,潜藏着的文化入侵和文化霸权往往被人们所忽略。

不过我们也必须看到,当今的文化入侵也并不是我们所想象的那样简单,也就是说,强势文化在进入另一个民族的文化场域时,未必就能立竿见影地施加其影响,更不可能轻易成为具有主导地位的主流文化。许多时候,文化植入的结果往往导致文化的融合,而这种融合必然形成一种新的、复杂的文化形态,需要仔细辨析才能厘清其相互交织的情形。英国学者麦克·费瑟斯通对全球化时代文化融合所做的论述颇为精到:“伴随着一些跨社会的全球的进程,以前民族国家间划分边界的墙渐渐被认为是可穿透的了。由于从别的文化中引入形象、商品和符号变得更加方便,消费文化破碎的符号游戏也被搞得越来越复杂,而且随着交换流量的逐渐增大,这种引入也不再会被视为是遥远、离奇和异域的。因此,我们必须慢慢适应去提高我们的灵活性和生产力,以便在需要弄清

我们碰到的形象、经验和实践的内涵时切换规则,尝试不同的框架和模式。”^①

事实上,文化融合是两种或多种文化观念、文化习俗和文化元素之间相互碰撞、冲突、吸纳与结合的过程,其复杂程度难以准确描绘,通常人们只能作大致的分析。在我们看来,互联网时代的文化融合,主要是在霸权与反霸权、殖民与反殖民、渗透与反渗透的过程中完成的,但这并不是融合的全部,还有相当一部分通过影响与认同,以及多种文化混合而形成复合文化。按照麦克·费瑟斯通的说法,就是文化同质化,即人们在创造一种共同文化事业时,“都必然是一个忽视地方差异,或者最多是提炼、综合和混合地方差异的文化需要的一致化过程”。^②这是当今文化融合的时代特征,在冲突中伴有融合,在融合中存在着冲突,同质化与差异化同时存在。

互联网在为文化霸权推波助澜的同时,也孕育出另一种抵抗力量——文化民主和地方文化。电子媒介在赋予强势传媒集团足够话语权力的同时,也赋予民众前所未有的文化权力:在今天这个时代,民众的话语权无疑获得了空前的解放,任何一个网民不论其社会地位、文化程度差异有多大,都可以在网络空间自由地发表言论,在网络空间早已实现了人人平等。这种对传统直线式文化传播的颠覆性变革,导致了整个社会文化生态的深刻变化,文化民主的大范围实现,迅速形成了一个越来越多样化的文化生态环境。

而地方文化的兴起,一方面是出于对文化霸权抵抗的需要,另一方面也是文化传播手段现代化的结果。在文化安全已被越来越多的国家和民族所重视的今天,主权国家必然要以各种方式和手段强化各自的民族文化或地域文化。这不仅是出于文化安全的考虑,也是为了避免全球化的经济交往与合作所带来的文化同质化

① 麦克·费瑟斯通著,杨渝东译:《消费文化——全球化、后现代主义与认同》,北京大学出版社,2009年,第114页。

② 同①,第124页。