

## ■ 传媒与日常生活：几个建构理论的方向

2004-11-30

作者：郭中实

关键词：传媒 日常生活 复旦 研究生学术年会 | 阅读：448次 |

作为学术概念，“日常生活”内涵庞杂且界限模糊。庞杂之处在于对概念阐释的多元视角，譬如，作为国家的当权者，对日常生活的描述往往是自上而下的——9.11后美国政府强调的所谓“美国人民的日常生活”、“我们的生活方式不会改变”就是一例，这样的陈述里隐含着“他人的日常生活和我们的不同”之假设。与之相反，也有自下而上的阐释——新闻报道或文艺作品中“普通人”“老百姓”的描述表现了与权力阶层相对应的民众阶层所具有的某种共有特点。按照这个逻辑，我们可以把“日常生活”做一个相对主观的分类，以描绘它的外延及概念内部的结构：1) 肉眼可观可感的衣食住行，再进一步分为1a) 那种司空见惯的被大多数人认为是天经地义的日常行为(如去超市购买纯净水)和1b) 虽然天天都在做，但内心深处对其存有某种质疑的事(如妇女就应该在厨房)；2) 肉眼不可观不可感的日常生活(如个人内心活动或机构法律对人行行为的无形限制等)；3) 同一时期，不同文化、不同社会制度内老百姓不同的日常生活(如大陆儿童知道红领巾意味着什么，香港儿童则完全不知道红领巾的涵义)；4) 同一文化，在不同时期不同的日常生活(如中国封建社会允许一夫多妻，而新中国则不允许一夫多妻)。

通过凡此种种，可见“日常生活”无论是在个人还是整体层面都具有某种共享性。一些学者二元地把生活的研究分为“个体”和“整体”(见下表)

个体	整体
个人经验/体验/感情/感受	机构/话语系统
抵抗/违规/越轨	霸权/权力关系
微观	宏观

如果把这些关系的分析视角用相关的理论串联起来，可以粗略梳理出下列几种研究路径，并可从中看到传媒所扮演的角色：

一、佛洛伊德认为日常生活的表层下掩盖着某种强大的个体的本能欲望，看得见的现实/真实只不过欲望的伪装。在伪装下，个体必须时刻小心，借助整体的伦理道德、社会规则、行为规范的帮助，以及个体经验中社会对各种行为的奖惩的认知来关紧自我本能欲望的闸门，防止那些被整体所不容的个体本能欲望流露出来(如各种各样的越轨言行：从说错话到谋杀)。借用佛洛伊德的理论来看传媒，研究者可以提出一系列问题：传媒在建构、维护、宣扬整体的行为准则方面所起的作用是什么？传媒内容和受众的认知关系如何？受传媒影响的个体，其认知与行为是表里如一还是内外分裂？是压抑或是渲泄？在什么条件下媒体的作用会产生变化？

二、再借鉴马克思对意识形态的阐述，研究者可以从另一个角度来分析日常生活。马克思认为几乎所有看似天经地义的日常生活行为其实都是统治阶级暗地操纵的结果，有一只无形的手在摆布着我们，替我们决定坐什么车，买什么菜。换句话说，我们的点滴日常生活最终指向统治阶级的利益，是对维护所谓status quo(社会现状)有利的(一个上海人在超市买纯净水和纽约证券交易所食用水生产公司的股票涨落之间的关系值得深思)。如果说剥削压迫、追求剩余价值是资本家固有的本性，那么当老百姓误认为日常生活中大量的选择是自己独立做出的，受剥削受压迫的人认为他们所处的社会环境是自然而理所应当的时候，就出现问题了。普通人往往会埋藏得最深的社会矛盾置若罔闻。日常生活中越是被熟视无睹的事，其意识形态的渗入程度就越高。由此来看，传媒所起到的作用是维护通过社会现有秩序体现出来的统治阶级的利益，具有‘工具’的性质。

虽然佛洛伊德的‘伪装’来自个人内在的潜意识，而马克思的‘表象’来自外部社会结构，两者的共性在于：1) 他们都认为有一些隐藏得很深的、邪恶的力量在暗中指引着日常生活；2) 其对个体的影响必然扩展积累至整体。

三、福柯将包括“日常生活”在内的文化置放于权力关系中，主要关注掌握权力的一方是如何通过话语来构建及表述自己的合法性。通过对性行为、精神病、社会惩罚、卫生行为、饮食及工作等研究，他把权力/政府对日常生活的有效话语控制提高到中心研究地位。而权力话语从无到有、从弱到强、从强到弱、从有到无的过程正是典型的传媒操纵过程。显然，在一个时期内，传媒会大张旗鼓地突出某个话题(priority)，报道某些事件、人物、现象(inclusion)，传媒会无意识地忽略一些事情(omission)；也会系统而有意识地排除另外一些内容(exclusion)。用权力关系的研究框架看传媒和日常生活的关系，我们至少需要问：1) 什么内容被突出、报道、忽略、排除；2) 针对不同情况，传媒是如何操作的；3) 为什么；4) 谁是权力话语的既得利益者，谁是受害者等。

请输入您要搜索的关键词



jin 文章 jin 动态

SEARCH >>

■ 上一篇 PREVIOUS

MORE >>

- 参与式影像与参与式传播

作者：韩鸿 | 1900-01-01

1999年，世界银行调查每天生活水准不足1美元的6万名贫民，影响他们发展的最大障碍是什么。回答不是食品、住房或医疗卫生，而是自我发声的渠道。[1]如何在媒介生态的建设中，给弱势群体尤其是农村弱势群体一种声音，……

■ 下一篇 NEXT

MORE >>

- 互联网式民主舆论监督机制的建构

作者：代婷婷 | 2004-11-26

内容提要：我国社会政府机构面临着严重的贯彻危机，政府高层的行政决策由于“中间梗阻”造成贯彻不力，损害了中央权威，降低了民众的社会的信任，空耗了社会的能量。网络传媒的发展催生了网上公共信息平台与舆论监督……

■ 动态 NEWS

MORE >>

- 赵月枝教授获批长江学者讲座教 2009-10-18
- 国际青年影像季2009-2010 2009-10-18
- 2009互动电视(中国)峰会通告 2009-10-18
- 首届中国少数民族地区信息传播 2009-10-13
- 香港浸会大学第三届普利策新闻 2009-10-03

四、Lefebvre认为在以商品文化为主导的现代社会中，日常生活已经被全球贸易“殖民地化了”。喝纯净水、亚洲人染黄头发、垃圾的分类处理和环保再生等一些从前不可思议的事情，现在已经成为日常生活中毋庸置疑并不可分割的部分。与上述几个学者一样，虽然Lefebvre的研究对象来自50年代而且并没有直接涉及传媒，但不难看出在全球贸易把日常生活殖民化的过程中，传媒所起的作用是不容忽视的。有时为了推广一种生活方式，传媒并不一定需要花费大量的功夫或篇幅。若要让一种发型或时装变得时髦起来，传媒只要不显得大惊小怪，平静地认可它的存在，那么所谓mere exposure理论就会开始起作用。问题是传媒不是对所有的新鲜事物都采取同样的态度，有时和官方一致(如分类垃圾)，有时可能会冒犯官方(如大陆主持人故意学港台腔)。这就把对传媒内容和全球化关系的研究变得丰富有趣起来。

五、Erving Goffman的研究把日常生活分为“前区”(front region)和“后区”(back region)。依据他的观点，每个人的社会活动都包括必须服从机构、制度、规范等限制的一面(前区)，同时又有自我发挥、打破常规的空间(后区)，这就造成了游离在两个区域之间的“双面人”现象。比如电视台的名嘴在前区(主持新闻、娱乐、晚会节目)循规蹈矩，道貌岸然(遵守规矩)，但在镜头和观众背后满嘴脏话，行为不检(反抗规矩)。大学老师在课堂上面对学生是一副面孔，几个老师在一起喝酒聊天儿时是另一副面孔。按照Goffman的说法，对于任何一个个体而言，顺从和反抗并存于日常生活中。传媒的角色在这里比较复杂，因为传媒既不是一味地附和也绝不会公然反抗前区规则。研究者的任务主要是寻找传媒附和或者反抗的条件，而不是将两者对立起来，陷入非此既彼的窠臼。

六、Hebdige选择了一个独特的角度，从对另类文化或“次文化”(subculture 如嬉皮士、朋克等)的研究中发现日常生活中有一种无意识的反主流行为。次文化的成员多数对主流社会价值抱有不满，但他们以一种疏离政治的、仪式化的(如穿鼻环)、象征性的行为来自我表达。日常生活中有很多“空子”可钻，主流意识形态就像一个大坝，把日常生活局限在规定的范围内。虽然次文化只能在大坝上钻出一个个小孔，但确具有很大的潜在破坏力。多数情况下，传媒对次文化表现出鄙视和轻蔑，在报道上要么系统排除，要么采用非正当化/非合法化(delegitimize)的手段将它置于边缘。很多研究集中探讨了记者编辑利用什么样的版面、修辞及图片角度等丑化次文化的成员、领袖、口号、仪式和新闻从业人员在什么情况下报道/不报道有关次文化的新闻。由于次文化的组织有松有紧，规模有大有小，公众认同程度不同，所以在传媒上所受的“待遇”也是不同的。这就为建构理论提供了许多有意思的假设。

下面，我用一个我本人最近思考的问题把上述的一些理论整合起来，放到具体的传媒研究语境中，作为例子简单介绍给大家。我把它叫做“鸡蛋理论”。

传媒的内容从结构上看，无论是在什么社会，什么历史时期，都有一个核心(好象蛋黄)。核心里面的内容不具弹性，不可挑战，不容置疑，并带有一定的强迫性(如海湾战争时的美国传媒不许报道美方战略部署)，可以这么说，传媒理解要执行，不理解也要执行。虽然这部份内容是社会官方意识形态中最坚实的基础，但它在整个传媒内容中所占的比例并不一定很大。占具传媒内容绝大部份空间的是‘诱惑性’内容(好像蛋白)，这类内容生动有趣、图文并茂、令人愉快舒服(如休闲、饮食、时尚、汽车洋房、娱乐、子女教育，甚至大量调查性新闻报道、灾难新闻、人情味软新闻等都可以看成这诱惑性的一类，因为这些内容让人哭、笑、愤怒，吸引受众注意力，给人以免费看戏的感觉)。它的包容性强、弹性大、变化快以及迎合多于说教，但贴近主流意识形态，似乎试图将人们逐渐‘引诱’至主流意识形态，让受众不知不觉地接受乃至内化主流意识形态。而在蛋白之外，有一层薄薄的蛋壳，其内容主要是对主流价值观的某种不满与挑战(既所谓的擦边球)。在美国，有关‘恐怖分子就在白宫’的报道比较接近蛋壳。左派、右派、中间派，观点偏离核心的，均可能存活在这个狭小的空间里。由于这类“越轨”的表现形式五花八门，既有想象力又具创造性，所以为‘政治伪装的艺术’这个概念增添了不少很有意思并且具有高度研究价值的层面和维度。在传媒呈现的公众话语之外，日常生活中还有很大一块隐藏话语(即所有一般不会见诸传媒的老百姓的内心独白与他们之间的对话)。在美国颂扬纳粹、宣传无神论、辱骂黑人等基本属于隐藏话语。但是隐藏话语在一定的条件下是会通过某些途经巧妙地进入传媒所呈现的公众话语的，这又为研究者提供了新的问题，那就是：什么样的隐藏话语通过什么形式在什么时候以什么名义为什么可以进入公众话语？

归根结底，社会科学研究在探究社会现象的整体性和相关性的同时，还包含对意义的阐释与自我反思，研究本身就是一种关乎学术的日常生活文化书写行为。因此，这些理论路径只提供有关传媒和日常生活研究的几个已知的向度，更广阔的拓展空间则存在于研究者本身对各种理论向度的批判性使用，以及对日常生活本身的敏锐把握。

(责任编辑：)

[收藏本文](#)

⋮ 打印本页 ⋮ 关闭窗口 ⋮

读者留言

用户名:  \* 密码:  (游客) 请在用户名处输入化名, 无需密码

邮箱:  \* 游客发言需提交邮箱

效验码:  \* 请输入: 0027

评论内容: 不能超过250字, 需审核后才会公布, 请自觉遵守互联网相关政策法规。

[▲ 返回首页](#)

[传媒资讯网](#) | [传媒学术网](#) | [传媒考研网](#) | [传媒博客](#) | [传媒社区](#) | [传媒书店](#)

| [关于我们](#) | [会员注册](#) | [交换链接](#) | [联系我们](#) | [法律声明](#) | [广告服务](#) |



© 2001-2009 中华传媒网 版权所有 京ICP061016

Copyright © 2001-2009 MediaChina.net All Rights Reserved