

传媒与混合现代性中的个体化

洪长晖

摘要：现代性进程在当下中国不仅是作为一个讨论对象出现，它同时也被曲折地作为一种涵盖范围广泛的社会目标来追求。由于中国从政治、经济、文化乃至地理环境等方面所具有的特殊性，现代性呈现的是一种“混合”面貌。而在此间，传媒既与之纠葛在一起，又称为一种隐性推动力。

关键词：传媒；混合现代性；个体化

作者简介：洪长晖，男，讲师，传播学博士，浙江大学博士后。（浙江传媒学院 文化创意学院广告系，浙江 杭州，310018）

中图分类号：G206.2

文献标志码：A

文章编号：1008-6552 (2014) 03-0008-04

当今中国，个人已经在各个领域内成为一个基本范畴或运作单位。中国社会自身的发展也体现在从私人领域、家庭内部、公共社区乃至政制国家，个人在其中已经具有自身独立的空间，能够作为一个主体参与到社区、国家等的各项活动中去。个体的崛起已经是一个不争的事实，并且这一事实也在很大程度上改变了中国社会关系的结构，导致了阎云翔所说的“中国社会的个体化”^[1]。

个体化命题是研究晚期现代性的学者关注的一个重要话题，该命题有三个核心观点，第一个就是吉登斯所说的“去传统化”（detraditionalization），或贝克所指的“脱嵌”（disembedment），意即个体日益独立于外在的社会束缚，特别是他们对保持传统或者为传统价值服务的观念越来越淡薄，相反，所有的传统价值只能作为一种资源被个体功利性地采纳或舍弃。

第二个观点是鲍曼所说的“强迫的和义务的自主”这种自相矛盾的现象。众所周知，现代性发轫之时，人的解放（emancipation）就被作为应有之义固定下来，成为现代性的目标和衡量标准之一，甚至经过启蒙运动的自由主义思想洗礼之后，它已演变成西方社会的最高价值。进而悖论就出现了，现代社会结构的组织会强迫人们成为积极主动的主体，对自己的问题与选择负责，这样就发展出一种吉登斯所称的“自反性的自我”。

第三个观点是“通过从众来创造自己的生活”。贝克夫妇认为，尽管个体都主张和自信是在彰显自己的个性，在主动地做出选择，可是由于对社会制度的依赖是无法摆脱的，因而诸多选择势必会遵循一定之规，最终就导致了殊途同归，个体的生命轨迹大体一致。^[2]

那么，既然个体化在中国已经是一个必然的趋势，而且现代社会的目标本身就是要为个人创造实现自我价值的平等机会，另一个问题就随之而来：中国社会的个体化是怎样一种格局？或者如笔者所言，混合现代性下的个体化该做如何理解？

一、混合现代性与个体化

乌尔里希·贝克曾经根据三个维度来区分不同的现代性和个体化进程，分别是：经济生产和再生产（资本主义）、政治权威的性质、社会文化的整合（个体化、普世化和宗教）。贝克的这三个区分维度与吉登斯、汤普森的论述有着较大差异，从分析操作性上也不如后者。不过，贝克的用心极为明晰，即试图从经济、政治、文化这三个维度入手，这也可以说是卑之无甚高论，倒是他做出的关于现代性历史丛结（constellation）的不同基本类型（这些类型均属理想型分类）非常有启示意义。

贝克列出了四种类型的现代性：

类型一：欧洲现代性——调控型（regulated）或协调的资本主义；高度发达的民主；制度化的个体主义（福利国家）；世俗化社会。

类型二：美国现代性——自由或不协调的资本主义；高度发达的民主；制度化的个体主义和后世俗宗教信仰。

类型三：中国现代性——国家调控的资本主义；后传统权威（authoritarian）政府；不完整的制度性个体化及多元宗教社会。

类型四：伊斯兰现代性——调控型资本主义；传统极权政府；单一宗教社会禁止个体化。^{[2] (6)}

尽管贝克已经声明这四类划分是理想型，可是其中对中国现代性的观照还是能够为我们提供镜鉴。特别是从个体化的描述上就可以看到，一方面是中国的个体化已经进入制度化阶段，亦即是说那些现代社会的核心制度已经是为个体而非为群体配备的；^①但是另一方面这种制度化又是不完整的。关于此，贝克本人在别处做过一次更为详尽的阐述：“在过去几十年的市场改革过程中，中国出现了某种个体化社会，它跟欧洲人眼中的中国形象截然不同，而与官方的宣传一致，并且逐渐开始调整和约束执政党的行动领域。如果我们从各个不同的方面来看中国的个体化社会——通过明确的国家主义、惊人的经济增长以及一种戏剧性的‘提升力’实现团结，同时又必须服从政府的控制和审查——我们就能得到一个更现实、更分化也更积极的‘中国现代性’形象，其中充满了无政府状态和国家威权主义两极之间的矛盾。”^[3]

如果我们能够接受现代性是具有普世性（Cosmopolitan）的观念，即现代社会具有相类似的基本构成，包括现代社会的公民意识、市场经济和大众民主，那么我们也得同时承认，贝克的描述已经揭示出中国道路的独特性。

在笔者看来，中国个体化道路的独特性首先就在于其立足的基础是独特的。众所周知，毛泽东时代的中国一个突出的表现就是政府的力量史无前例地打碎了传统农村社会结构，直接伸展到社会的最基层。^②这种力量主要借助于一些政府强力推行的制度，包括家庭成分制度（这就将人“标签化”乃至“污名化”，以致丧失了自我追逐的可能）、户籍制度（不仅人为建构并扩大了城乡分野，而且限制了人口流动，与现代性对流动性的呼唤背道而驰）、基层单位制度（在农村是公社和生产队，在城市则是工厂或单位，由此导致了个人对组织的被动依附）、档案制度（主要从政治等角度把个体规制在国家的视野范围内，形成一种历时性的约束）。很明显地，这些制度本身都是源于国家社会治理的需要，同时也完全依赖国家的力量推行，将每一个个体沦为集体的一员，即常说的“螺丝钉”、“铺路石”，嵌入到国家这部庞大的机器中，以保证其正常运转、“集中力量办大事”。

所以，中国的个体化首先也面临着“脱嵌”。这个脱嵌显然是贝克意义上的，即：脱嵌，即个体从历史限定的、在支配和支持的传统语境意义上的社会形式与义务中撤出（解放的维度）；与实践知识、信仰和指导规则相关的传统安全感的丧失（去魅的维度）；以及再嵌入——其含义在此已转向与个体化的字面意义完全相反的一面——即一种新形式的社会义务（控制或重新整合的维度）。^[4]

不过，非常有意思的是，中国现代性过程中的个体化也和国家的力量息息相关。这自然与中国现代性是一种笔者所称的“混合现代性”密不可分。混合现代性是指中国这样一个深具发展特殊性的社会，

① 作为一个佐证，我们可以看到《宪法》修正案中对私有财产的确认，实质上就是从国家根本大法的层面上对个体的承认和制度化保障。

② 正是在这个意义上，笔者并不赞同阎云翔（2012）将中国个体化道路溯至毛泽东时代，尽管他用了“部分的”加以限制，但事实上这个“部分的个体化”若存在的话，也远没有国家钳制的力量来得强大，因此若将之简化为此消彼长的算术题的话，这个“部分的”是完全可以忽略不计的。

在现代化过程中所呈现出的具有内在混同的特质，它尤其强调传播与社会发展变迁之间的勾连，力图从时空交错的维度、涵括从个体到国家的层面，来探讨现代性进程及其所要达成的目标。个体化既是个体追求生活机会和社会地位的道路，又是国家为实现现代化所建构的“现代性想象”。与西方国家（特别是西欧）的文化民主和福利国家体制不同，中国在为个体确立了“现代性想象”之后，并没有相应地建立起足够的制度保障和其他支持，以至于中国的个体化进程同时也是多极分化进程。如我们在网络上可以看到的各种声音呈现，又或者对互联网的接触以及移动终端的占有等等，就已经非常明显地揭示出不同社会阶层的高度分化。而事实上，现实生活中的两极分化远比我们能想象的更为突出。

之所以出现了这样的悖论式结局，恐怕最主要的是因为混合现代性的内在矛盾。中国的市场化过程实质上是实践理性回归的过程，但是由于改革开放基本上只停留在经济体制层面上，尽管三十多年的高速增长使得中国社会走过了西方国家数百年才完成的经济变革，可是作为转型社会来看，就导致了经济、政治、社会文化各个不同层面的不平衡，同时也存在着区域发展等不平衡，甚至于前现代、现代、晚期现代混杂一体。金耀基将之概括为转型社会的两大特色：第一是重叠性，传统的与现代的东西重叠地存在；第二个是多层面性、多形态性，社会主义的东西与资本主义的东西，西方的东西与中国的东西同时杂然呈现。^①正是这种基于混合现代性的内在矛盾，使得国家力量不仅没有退出个体化进程，反而还试图并且已经在其中扮演重要角色。

阎云翔将国家的管理功能做了归纳：(1)国家在推动和支持个体在经济生活、私人生活和一些有选择的公共生活中崛起的同时，做出各种努力防止个体对政治权力的诉求；(2)当来自社会各阶层的个体在维权运动或寻求自我发展机会方面向国家提出公开诉求时，国家会根据这些个体所处社会群体的等级不同而给予不同的解答；(3)国家更倾向于接受孤立个体的维权行动和自我利益的诉求，但是不能容忍由个体组织起来的群体性行为，尤其是那些超越了社会阶层或地理区位的群体性行为。^[1](344-345)]

需要注意的是，国家绝不仅仅是从正向践行管理功能，更重要的是软性地为个体化确定目标。当然，这个目标毫无疑问是在国家所期冀的范围内，即国家话语层面上的“人的现代化”；当然，这个目标的确定需要借助各种各样的方式与工具，而其中最为重要的就是传媒！

二、“造梦空间”：媒介为日常生活定向

生活在这个全球化时代的人都会承认，大众传播以及新媒体的崛起已经改变了日常生活的经验性内容。笔者的一位访谈对象N对于电视作为一种大众传媒介入自己的生活就有着一份独特的记忆：“那个时候还没有‘有线’，都是无线的嘛。然后我们最喜欢看的就是女排比赛。因为我记得最清楚的那年就是我参加高考那年，刚好是模拟考，模拟考那天我们那个女排是六连冠决赛，然后呢我们很多同学就不去参加模拟考，就在那边看电视，然后看了之后，女排拿了冠军。六连冠拿到了，但是我们所有的同学都被关在那边写检讨，然后补考，最后我印象很深的是那次补考考完试晚上一点多了。因为那个我们该考试的时候是在看电视，后来就得重新考。”^②

其实，尽管具体的情形千差万别，可是由于某一种媒介的闯入而导致日常生活发生变化，尤其是彼此之间的媒介体验和亲疏关系产生变异的例子则是屡见不鲜，也已经有诸多学者予以一次次的印证。

美国学者柯克·约翰逊通过在印度的民族志调查提出，电视与印度乡村社会变迁之间存在着紧密勾连。他着力从经济领域、社会领域、政治领域等剖解了电视的影响，并试图从结构与心理、主动与

① 金耀基. 现代性转型与转型社会 [A]. 秦晓. 当代中国问题：现代化还是现代性 [C]. 北京：社会科学文献出版社，2009：33。另，这里所引的“重叠性”，原文为“重要性”，笔者根据上下文推断，似为印刷错误，故直接改为“重叠性”。

② 笔者对N的访谈记录，访谈时间为2012年11月5日。

被动等不同层次加以解释。其中就提到电视助长了消费主义精神、拓宽了创业基础、增强了城市吸引力等。^[5]而以约翰逊的描述对照前文的访谈记录就可以发现，所谓电视的影响几乎完全可以推广到所有的传媒，不是有案例借助手机拓展了就业的可能性吗？不是有大量青年群体在传媒或传媒营造的社会文化引导下追求着像苹果这样的数码产品吗？或者这些还不具备统计学上的普遍意义，但是至少我们可以从这些可观察的个案当中发现这种可能性的存在。

更重要的还不止于此。我们应该注意到，新媒体的出现为当下中国提供了不同的话语空间，关键就在这里！一方面，我们可以很快明确，以微博、微信为代表的新媒体平台为多元话语的表达提供了巨大的空间，成为各方力量争夺博弈的场所。也唯其如此，不少人甚至乐观地将新媒体的作用提升至“倒逼改革”这样的高度；姑且不论这种提升是否符合实际情形，但是新媒体平台确实为草根阶层发出自己的声音提供了可能，也确实实实在一些以往被官方媒体可能遮蔽的事件上形成公开发布的推动力，甚至促成事件的合理解决。正是在这个意义上，我们会说“围观改变中国”。实质上，这种“改变”是否真的是由微博、微信等新媒体来落实的，还需要进一步考察，但无可辩驳的是，微博等新媒体让一向无法表达自己利益诉求的草根民众看到了希望，即在自己与权力博弈的过程中终于可能为个人利益、为自我价值而战，一言以蔽之，让草根民众走上了个体化道路。

另一方面同样非常重要，国家不仅没有退出个人领域，相反，它依然试图主控个体化的走向。就传媒领域而言，国家首先遵循旧例，继续在制度上保障主流话语的发声空间，同时积极回应传媒（技术）变革带来的挑战，积极地在民众日常生活中继续发挥作用。于是乎，就出现了比较怪异的一些现象。比如像约翰逊发现的一样，电视既是使传统贬值的推手，又是努力维系传统价值的力量，这在中国尤为突出。一边是各种各样的电视剧或综艺节目，在大肆宣扬消费主义、拜金主义，一边又是着力在进行典型报道、塑造各个行业的标兵（《感动中国》评选等）。反言之，这正是混合现代性下国家的纠结在传媒领域的反应。

在这样貌似矛盾的情境中，随着媒介化社会的到来，作为认识主体的人（在个体层面上）获取信息、制作信息、发布信息和接收信息的能力大幅度提高，也改变了个体对外部世界的认知和期许，改善了人际关系，进而增进了社会福利和人的主观幸福感。^[6]不仅如此，个体还成为生产劳动实践的主体，社会交往实践的主体。前者是指在媒介化社会里，个体无法摆脱媒介的影响（也根本没想摆脱），其实际活动就变成了媒介（文化）活动，日益在不同的话语空间里纠缠、沉陷；后者则是指交往与人和人具有了内在统一性，个体化的实现本身就成了人的生存方式和生活目标。

要之，无论定下来的方向在哪，无论是向左走还是向右走，在混合现代性的中国，个体已经置身其中，却又浑然不觉。所以，当下的中国人在个体层面上，既焦虑不已，又史无前例地幸福。

参考文献：

- [1] 阎云翔. 中国社会的个体化 [M]. 陆洋等译. 上海：上海译文出版社，2012：326.
- [2] 乌尔里希·贝克，伊丽莎白·贝克-格恩斯海姆. 个体化 [M]. 李荣山，等译. 北京：北京大学出版社，2011：7；阎云翔. 中国社会的个体化 [M]. 陆洋，等译. 上海：上海译文出版社，2012：329.
- [3] 贺美德·鲁纳.“自我”中国：现代中国社会中个体的崛起 [M]. 许烨芳，等译. 上海：上海译文出版社，2011：6.
- [4] Beck U. Risk Society: Toward a New Modernity. Trans. Mark Ritter. London: Sage Publications, 1992: 128.
- [5] 柯克·约翰逊. 电视与乡村社会变迁：对印度两村庄的民族志调查 [M]. 张金玺，等译. 北京：中国人民大学出版社，2005：180-185.
- [6] 韦路. 媒介能使我们感到更幸福吗？——媒介与主观幸福感研究述评 [J]. 当代传播，2010（4）.