

## 有钱的、下岗的、犯法的：解读20世纪90年代中国的小报故事

加拿大西蒙弗雷泽大学 赵月枝

2011-12-21 17:20:58

来源：原载《开放时代》2010年7月号，第109-125页

[摘要]：本文以文化研究和文本解读为理论和方法论取向，呈现了对20世纪90年代作为中国大众报刊主要形式的、被认为是低品味的“街头小报”的双重分析模式，即小报作为一种社会传播方式和作为大众表达的潜在论坛。首先，本文对大众报刊样式及其读者群在中国报业和社会结构中的演变与地位作了回顾，并将大众报刊形式的演变与改革开放时代中国社会分层相关联。其次，基于人格化和人物塑造是小报的重要话语特征，本文选择小报对富人、下岗工人、流动民工和农民这几个社会群体的描述作为对小报内容进行话语分析的切入点，以图理解小报所建构与展示的意义世界及其对社会分化的理解。本文的分析表明，“街头小报”的主题与意识导向非常复杂。作为复杂而矛盾的社会转型过程中的文化产品，它们的市场威权主义倾向维护了支配性的社会秩序，同时，它们也不能不在某些方面折射出底层读者的欲望和需要，以及他们在这个历史过程中的体验。

关键词：小报；话语分析；社会分层；意识形态

“小报”这个词使人联想到像《太阳报》这样吵吵嚷嚷的英国日报，或是像《国家询问报》这样在美国超级市场售卖的耸人听闻的周报。实际上，中国可能是小报之都。小报在计划经济时代曾被禁止出版，因为它被视为政治上可疑、道德上堕落的资产阶级文化样式。随着改革开放的逐步展开，小报在中国都市街头报摊上随处可见。它们哗众取宠的风格与党报形成鲜明对比，而繁多的小报种类似乎显示了它们表面上的多样化。在1998年的一个夏日，我仅仅在一个报摊上就看到了超过50种不同的小报。

学界对小报有不同的见解。有学者强调它们违背了党的宣传规则，并将它们归为“让执政党颇为困扰却又束手无策”的“替代性媒体”（Chu，1994，p.9）。也有人认为它们既庸俗又没有政治立场，甚至是一种新精神鸦片，因为它将大众的注意力从严酷现实转移开去（和北京一位媒体学者的个人访谈，1998年）。另一方面，也有论者注意到，虽然小报没有从事“真正的新闻事业”，它们仍然有助于社会开放（Zha，1995，p.108）。

不过，几乎没有学者仔细解读过小报。我们都知道它们表面的内容——犯罪、性、金钱、尸体、情人、腐败官员、文艺明星，还有其他意在取悦受众的“人咬狗”之类的新闻，但是我们几乎不清楚它们为读者所建构的意义世界。此外，很难得到它们确切的发行数字，而且由于小报较低的文化地位，很少有人会侃侃而谈他们阅读小报的经历。读者解读文本时并非完全自由，但是他们确实又拥有一定的自主性。在这一点上，Ian Connell（1992，p.66）关于通过小报来理解英国大众思想的告诫不无道理：

除了我自己的经验之外，没有关于小报如何被阅读的调查和分析。我不能断定吸引我注意的文章是否也能吸引别人；其他人是否会像我这样仔细完全地阅读；我也不知道他们会从小报阅读中获取什么意义……我想我们不能假设小报故事根植于、表现了，甚至建构了大众的或者既定人群广泛共有的思想与情绪。

然而，没有人能忽略小报是改革开放时代中国经历的一个重要层面，以及它们对于主流新闻事业的影响，这表现在“大报抄小报”（为了适销对路），这逆转了“文革”时期“小报抄大报”（为了政治正确）的现象。不管小报是多么琐碎、媚俗，多么直截了当地以市场为导向，又是多么容易消化的“文化快餐”，它们并非“只是”娱乐或“单纯的”文本。小报虽然不会将政治劝导或意识形态说教作为其主要目标，但它仍然身处社会于新闻体系之中，不可能在意识形态真空中生产、消费与流通。在那些有关离奇而明显偏离正常规范的小报故事背后，存在着对社会共识与社会规范理所当然的假设。虽然这不一定是大众思想的直接

表达，但正如Connell 后来所述，小报故事的叙述者一定假设了某种共同的意义基础（common ground）以便建立与读者的共鸣。叙事者也肯定找到了一些方法将读者固定在已经选择好了的共识基础上，并预设了读者的相关反应。这样，“尽管不可能评论叙事者是否较好把握了读者的兴趣、态度、既有的知识，以及对好故事的期待，但我们至少可以从故事本身来重构叙事者的这些判断”（Connell, 1992, p. 68）。当然，在中国要做这样的判断，故事的叙述者还或多或少需要参考宣传纪律与主流意识形态。

本文呈现了对中国小报的双重分析模式，即小报作为一种社会传播方式与作为大众表达的潜在论坛。首先，为了将小报定位于中国报业结构之中，我回顾了一些大众报刊样式，并将大众报刊的演变视为改革开放时代中国社会分层的指标。其次，我分析了小报的部分内容，即街头小报对富人、下岗工人、流动民工这三个社会群体的描述及其帮助读者理解社会分化的过程。因为人格化和人物塑造是小报重要的话语特征，它们对于各种社会群体的描述给我们提供了一个切入点，以理解小报所建构与展示的意义世界。

由于篇幅所限，我不得不对“小报人物”有所选择，将他们局限在富人、下岗工人、农民工这三个改革开放时代新出现的社会群体。虽然腐败官员和妇女是突出的“小报人物”，但是我没有把他们单独挑出来作为独特的类别加以分析。公开曝光的腐败官员是小报故事义愤填膺声讨的对象，鉴于民间对腐败的普遍憎恨与20世纪90年代后期官方反腐败的主题，小报采用流行的“人民与腐败官员相对立”的故事框架并不奇怪；另一方面，虽然妇女也经常出现在小报故事中，并且“女”字无疑已成为那些最轰动又最耸人听闻的小报标题中引入注目的符号，因此我只从妇女的经济角色这个层面来讨论性别因素，有关妇女的分析包含在富人、下岗工人、农民工这三个类别里。最后，顺着小报的思路，“富人”这个类别包括企业家和管理层的职业精英。{1}我没有设立相对的“穷人”类别，因为事实上它并不存在于小报中。我的分析基于1992年之后出版的在不同年份和不同地方所收集的200多份报摊小报。{2}

## 一、报摊：改革开放时代

### 中国社会分层的隐喻

中国报纸被截然分为两种：依赖行政订阅的党报与通过市场和报摊卖给个人消费者的大众报纸。虽然20世纪90年代中期以后兴起的都市报以其独特的地位打破了“大报”与“小报”的简单二分法，但对于大众报纸的通常称谓是“小报”，与之相对的是“大报”，即党报。从技术层面上说，小报是一般大报的一半大小：“小报”这个词也意味着耸人听闻的、个人化的、故事型的新闻，而非分析型的报道，因为西方首先强调了“小报”对犯罪、闲话和娱乐新闻的内容偏好；小报用“直接的个人经验”而非宏观政治和经济问题来“作为证据与价值的主要来源”（Sparks, 1998, p. 7）。在主流中国文化里，“街头小报”这个词几乎等同于耸人听闻、胡编乱造和庸俗不堪这些贬义词。

尽管大多数在报摊出售的报纸从技术上采用了小报的版式，却并非所有这些报纸都被贬损为“街头小报”。这些报纸有着不同的样式，在其受尊敬性上存在着一定的等级秩序（hierarchy of respectability）（Dahlgren, 1992, p. 8）。除了90年代中期以后出版的都市报之外，最常见的小报样式为地方党委或党报主办的晚报，以及广播电视部门发行的每周广播电视指南。这些报纸针对一般都市家庭，是报摊的主要销售产品。晚报的内容大多倾向于人情味、生活方式和娱乐等方面的内容，但它们至少还报道有关宏观政治经济问题的新闻，在党的宣传指导之下良好运行并保证话语的政治正确性。第二类报纸包括了每周出版的报刊文摘，通常这些主要报纸的子报包含对有关实质性问题的分析报道、短小精悍的摘要以及各种各样的轶闻趣事等内容。第三类是司法部门和相关机构主办的法制类报纸，其版面时常充斥着详细的犯罪故事。第四类也是数量最多、范围最广的一类，通常被称为“周末版”——它们是党报或专业报纸在90年代出版的“周末”、“半月”、“月末”、“社会”、“都市”、“休闲”或其他“特刊”。虽然“周末版”在社会、生活方式和法制问题报道上有着共同的内容倾向，它们也并非完全相同。广东省委机关报《南方日报》下属的《南方周末》处在受尊敬性等级的最高处，其地位与其他周末版不可同日而语，在周末版报纸中是为数不多的拥有独立刊号和合法地位的报纸之一。凭着自由主义思想、对腐败与社会问题的揭露，以及对中产阶级敏感话题的表达，这份零售价颇高的报纸吸引了都市知识分子。无论在形式还是内容上，这份周末报都不在小报之列。另一方面，无数地方性和专业报纸的“周末版”，则以犯罪与性等内容作为主打，并以低得多的价格出售给更下层的读者群：蓝领工人、办公室小职员、教育程度较低的都市青年，偶尔也有“流动人口”。这类报纸大多数没有独立刊号，有些介于合法与非法出版物之间。最后一类是商业报纸和生活类报纸，它们专长于股票市场、购物、体育、影院、流行音乐和其他休闲性内容。

这些报摊报纸样式的演变反映并参与建构了改革开放时代城市中国的社会分层。80年代，都市报摊开始出现，并主要零售具

有家庭导向的晚报和广播电视指南。随着这一全国性报纸流通网络在传统邮政体系之外的发展，生活类报纸、报刊文摘和法制小报从遥远的地方逐渐进入都市街头报摊并吸引着个人消费者，这制造了80年代中期第一轮小报热。而1992年后，随着党报响应邓小平进一步市场化的号召，以及政府减少对报刊的补贴，“周末版”开始如火如荼。与此同时，中国报业经历了两个变化：一方面，法制小报、报刊文摘和“周末版”以“最小公分母”（lowest common denominator）为原则生产内容，并积极争夺全国大众读者群；另一方面，有些报纸走精英市场道路，以迎合新兴的都市中产阶级读者与亚文化群体。

1993年，因有关裸体的报道而声名狼藉的《中国文化报》“周末版”——《文化周末》，与刊登时尚话题和大胆批评社会的《北京青年报》“周末版”——《青年周末》，成为北京街头“最酷”的小报（Zhao, 1996）。到了90年代中期，最热销的北京小报之一是《购物导报》。这份隶属于《中国轻工导报》的半民间报纸成立于1992年末，并以大众消费与消费艺术为主要内容，可是到了90年代末期，它的街头销量已经不敌《精品购物指南》——一份针对都市白领和中上层消费者的更高档的生活时尚报纸。作为“中国购物阶级的圣经”（Eckholm, 1998, A4），这些报纸将西方生活方式作为主要的参考框架：对时尚与消费者切身体验的特写报道洋溢着消费的快感，崇拜着价值580元的皮尔·卡丹钱包这样的商品所拥有的改变性的力量，也劝说读者采用最新的西方时尚设计来掩盖如《服装时报》1999年4月23日头版文章所说的“我们亚洲人身材中许多令人不满意的特征”。这些报纸帮助建构着都市管理层和职业精英的身份认同，并将它们整合到全球消费文化之中，而且这些报纸几乎不提及目标读者之外的社会群体。之后，随着网络文化和汽车文化的兴起，像《网络文化周刊》和《车迷》这样的报纸应运而生，服务于网络冲浪者和汽车拥有者这样的特定读者市场。

有两个衡量各种大众报纸“受尊敬性”的有效指数：一是在硬新闻报道和分析文章方面与主流新闻风格的接近程度，二是读者群的社会地位。但是，大众报业结构细分与多层面的特点昭示着，清楚划分技术意义上的小报与隐含意义上的“街头小报”的可能性不高。总体而言，晚报、广播电视周刊、针对都市中产阶级的商业类与消费类报纸，都处于“受尊敬性”等级的高端；报刊文摘、法制小报，以及大多数“周末版”和“特刊”被视为“街头小报”。本文的文本分析则以这些处于“受尊敬性”低端的“街头小报”为重点。

周期性的政府整顿，市场上的失败和其他运作中的约束造成了许多街头小报不稳定和不规律的生存状态。激烈的同质化市场竞争驱使这些小报过分商业化，这个领域内容生产的性质又把商业主义推向了极端。许多小报严重依赖自由撰稿人的主动投稿而非本报记者。对小报撰稿人，即那些以撰稿作为主要或第二收入的文化企业家（cultural entrepreneurs）来说，他们写稿所考虑的首要标准是适销对路。尽管不乏有人会严格遵循新闻业报道事实的专业主义规范，但大多数人则根据道听途说公然炮制新闻。一些街头小报仅仅包含以下内容：随意搜集的两性、犯罪故事，以及为一些医生和诊所所做的广告性特写——他们号称能治疗癌症、不孕不育和性病等疑难病症，或是拥有隆胸和其他美容手术的特技。一些小报要么把出版日期藏在内页，要么根本就不印准确的出版日期，以求获得更长的在报摊上的流通时间。

虽然像晚报这样的大众报纸样式已经被整合到官方的新闻文化中，大多数街头小报依然达不到党所公布的宣传标准。于是，新闻管理部门试图同化、阻止和压制它们。比如，1992年“周末版”兴盛以后不久，新闻管理部门下达了一系列指导意见来整合小报这一“倡导社会主义精神文明的重要前沿”，并要求它们“积极倡导爱国主义、集体主义和社会主义思想”（中共中央宣传部、新闻出版总署，1994，第152~153页）。然而，很多“周末版”仍然保持着“黑、黄、假”的特色，并继续违反党和政府的出版准则与宣传纪律。

总而言之，主管部门对小报的控制手段多以宣布规定、周期性打击活动和偶尔将某些小报停刊等为主。差别化的报刊控制（中心紧，边缘松；政治问题紧，软新闻松；党报紧，其他报纸松）说明小报在非政治领域有着相当的自由。官方通报批评、关闭报刊，或者罚款已经是对小报编辑和出版社最严厉的惩罚了。

## 二、小报中的社会群体

### （一）有钱人

私人飞机和游艇正在进入一些家庭的生活。在北京、深圳、青岛、大连、杭州……甚至美国、瑞士、法国和澳大利亚，“大款们”购买着内设游泳池、健身房和网球场的豪宅别墅。他们一晚上输掉上万块钱时甚至连眼睛都不眨一下。在婚礼上他们把成堆的钱撒向客人，赢得新娘们的一个微笑。他们比赛着把钱砸在大街上。他们飞往不同的城市去与情人幽会，还经常出国去见外国情人。他们在澳大利亚打猎，瑞士滑雪，夏威夷冲浪。他们为妻子和情人买价值几百万元的珠宝。他们的妻子会花费几千元做发型，而妻子们搂着的小狗都价值成千上万。

这一段描述出现在1998年一个冬日我在杭州的长途汽车站买到的一份明显没有刊号的小报上。这篇文章接着透露了这些大款

如何靠合法与非法的手段发迹，却没有任何批评性的反省。一篇评论将当前的经济制度解释为“人为财死，鸟为食亡”，同时它也将自己作为能引起人们致富欲望的手段来兜售。

倘若这份小报对富人生活方式充满向往和崇拜的描述，以及对“不择手段致富”的心态和手段的正面表达显得有些极端，也有小报以“客观”的笔法宣布富裕“阶层”在中国崛起这一事实。比如，《吉林科技报》“生活版”的三篇文章统一刊登在“一个富裕阶层已经在中国出现”这个大标题下。其中一篇描述当前中国人的收入差距正以“惊人的速度”扩大，但它并没有用轰动性的大字标题来突出收入分化本身或这种分化的程度（根据这篇文章，中国贫富差距已经比美国还大），而是直截了当地采用大标题来宣布富人阶层的产生。另两篇文章解释了富人的构成与他们获得财富的方法，其中包括有些人“敲诈和剥削其他社会群体”这样的非法手段。《中国商报》1998年7月26日“社会周刊”以赞许的口气描绘了国有企业的经理和董事会成员如何将自己从“工薪阶层”变为百万富翁和股票持有者，并声称这些变化反映了新的社会价值取向，以及社会奖励这些人的理所当然。

此外，富人们还通过在北京王府饭店购物走廊中购买欧洲的“超级名牌”，以此炫耀他们所占有的财富。1998年7月30日《北京经济报》周末版刊登了题为“谁害怕‘超级名牌’的天价”的封面特写，它栩栩如生地描写了王府饭店专卖店和它的常客。90年代初，中国游客漫步欧洲的首都城市，他们一掷千金的购物行为让当地商人目瞪口呆。于是，欧洲“超级名牌”涌向中国，并找到了最热心的消费者。这里，一个皮箱60000元，一件冬季外衣30000元，而一把伞价格超过3000元，一条毛巾超过2000元（1999年官方公布的城市居民贫困线在大多数主要城市都低于200元一个月）。而且，中国的暴发户正透过购买奢侈品的方式来获取文化资本，以求欣赏最精美的欧洲设计之中所蕴含的深刻的审美价值。这篇文章区分了两类富人：第一类是白领专业人士和真正的企业家，他们令人尊敬且值得拥有财富；第二类是傍大款的年轻女人和“喜欢花公家钱”的人，他们声名狼藉且不值得拥有财富。该文甚至还提供区分只逛不买的人和真正的买家之间的标准，“真正的买家拥有对商品价格不屑一顾的独特气质，这是其他人无法模仿的”。

在富人中令人羡慕的还有儒商——这个新的身份认同融合了资本主义与传统上轻商但已被修改重建的儒家思想。这些有文化教养和政治头脑的儒商既未忘记社会责任，也未丧失平易近人的优良品质。1997年10月号的《特区文摘》在头版故事里声称“中国最富的人用超过一半的时间来研究政治”。这篇文章将《财富》杂志所说的中国首富楼忠福视为偶像，赞美他精明的商业头脑与他的人生格言：成功的中国企业家首先必须懂政治。对楼来说，掌握政治意味着在风云变幻、难以预料的政策走向中掌握主动，培养与政治保护人的关系，而“政治经济学”则意味着利用对政治的了解来赚钱。楼忠福很节俭，全力奉献给他的企业，而且以苦行僧般的品味和生活方式闻名，这不同于那些欧洲“超级名牌”的鉴赏家，也不同于那些仍然需要依靠炫耀性消费来展示财富和确定社会地位的消费者。他对自己及其追求充满自信：“我赚的钱越多，我就对物质的东西越不感兴趣。虽然我仍要策略性地考虑成本和利润，但利润不再是我的终极目标。我渴望能不断超越自己，为社会创造更多的财富。”楼的这番话包含了这种思想：即通过调用政治资本积累起来的财富立即会变成一种利他主义的资源，个体自我完善的途径以及对社会责任的承担。

富人同样也为最终实现中国的强国梦提供了象征性的资源。比如由大连市妇联主办的市面上相当畅销的《现代女报》，在1999年5月3日的“社会周刊”花了整整一页报道中国极少数的“飞哥”。他们是中国首批获准驾驶私家飞机的41人，而更多的人因为政府许可的限制不能享受这种自由。这篇文章指出拥有私家飞机在发达国家是“平常现象”，因为私人飞机在那些国家如蜻蜓一样多。文章预测，学习如何飞行将成为中国下一个时髦潮流，而一旦政府放开民用航空，增加雷达服务，“私人飞机会像蜻蜓一样飞过我们的天空”。该文章将这个特定群体成员称为“飞哥”，并含蓄地演绎了“赶超发达国家”的主题，以此建构了民族主义的框架，让女性读者不仅将这些有钱男人认同为实现中国强国梦的英雄，而且认同为中华民族大家庭中自己的“飞哥”，从而幻想着最终将与其一道过上富裕生活。

当然，并非每一个富人的故事都是关于鉴赏欧洲高雅文化、表现儒家风范、展示国家民族富强和表达手足情谊的，富人也并非总是令人羡慕的对象。有故事报道了令人争议的牟其中（他曾入选《财富》杂志富豪排行榜而后以诈骗被起诉），并提出了赚钱目的与手段的问题。这些故事表明，在“最富的人”和“最大的骗子”之间，在儒商和劫掠公共财产大搞金钱崇拜的疯子之间，界线并不是那么清楚。儒商的对立面是自大、无知、堕落又经常违法的“大款”。高度说教的新闻故事谴责着这些大款，并且说明金钱不能带来幸福，一心追求财富如何是死路一条等老生常谈的道理。“贪婪，掘墓者”、“破碎的金钱梦”、“一个女大款的自我毁灭之路”、“女大款200000元不能买来激情与爱”、“3亿六千万元铺就疯狂女大款的死亡之路”这些耸人听闻的大标题也强调了主题。倘若说财富在一些生活类报纸里是幸福和地位之源，那么在另外一些故事里，金钱却代表了悲剧、犯罪与邪恶。

堕落女富翁的形象则带有强烈的性别歧视意味，并具有更微妙的邪恶感。因为“大款”这个字眼被事先编码为男性（“男大款”听上去有些别扭），女性和富人之间的任何联系都是耸人听闻，通常也是负面的，这使富有的女性成为典型的“小报人物”，她们不择手段致富。年轻工人廖珍引诱了厂长，用她的身体换取他的权力，又把这种权力转换成为金钱。在1998年6月29

日的《大陆桥报》里，廖被塑成在这个性一权力—金钱双向交易中的共谋者，而不是牺牲品。在一份没有日期的《农村医药报》中，吉林女人韩玉姬是一则长篇故事的主人翁。她从街头小贩起家，到后来成为成功的商界女性。但她的金钱梦偏离了方向，最初她只想借一些钱来资助她的制造业务，之后却开始了大规模的非法人募捐骗局，并在一夜之间变成“超级富婆”（在这里，“婆”的言外之意是没有魅力而又张狂的女人，而非年纪大）。文章说：“当理性被金钱腐蚀，最初那个勤恳善良的韩玉姬就不存在了，留下的只有疯狂，她得了‘金钱症’。”为了掩饰她欺骗的阴谋，韩将她原先的商店改为陈列馆来纪念她的企业家精神。此外，她获得了大量的政治头衔，其中包括“模范女企业家”、吉林民营企业家协会与吉林省妇联的领导职位。韩甚至在被调查的时候仍然相信金钱的魔力，最终被判死刑。

即使富裕的女性角色避免了自我毁灭，其他因素也会破坏她们的生活。毒品、赌博和其他女人是最为常见的威胁。异常貌美的年轻歌星潘若兰不惜一切代价，抵挡了金钱的诱惑与男性的强权。当有大款愿意出60000元命令她唱一支歌时，潘回击了对她自身的侮辱并赢得了观众的广泛尊敬。但是另一个女歌手吸毒成瘾，并嫉妒潘不断增长的收入，于是引诱潘吸毒。不过，当她从第一次吸毒中恢复并重新出现在饭店酒吧时反而更受欢迎了。为了从她身上榨取更多金钱，饭店女老板先是与她结拜姐妹，后来又引诱她再次吸毒并提供毒品。最终潘身无分文，为了两包白粉而卖出自己曾经竭力守护的处女之身。更为悲惨的是，那个卖给她毒品而又占有她“初夜权”的男人正是当初因为她吸毒而逮捕她的警察！文章这么叙述着：“当他带着淫笑剥光了若兰最后一件衣服时，他快速将裹着红色丝绸的手枪拔出塞到枕头底下。”而当女老板无法从日益憔悴的潘身上榨取更多的钱财时，她将潘卖给了地下妓院。

郑慧芳是1998年5月14日另一小报报道中的主要人物，而她面对的又是另外一系列的问题。郑是安徽农村妇女，在中国东北经商致富。正当郑与她的丈夫田富贵在春节期间回到家乡并准备建造梦想中的房子时，田开始赌博了。郑要干涉，但田的同伴怂恿他要像个真正的大款和男人样。田边殴打她边叫喊：“我现在有钱了，我想干什么就干什么！”郑觉得金钱是她悲惨生活之源，于是烧掉了所有积攒下来准备盖房的钱。后来，这对夫妻到广州赚了更多的钱。另一个春节来临时，郑让田先回家盖房子。当郑从广州回来敲她新房的门时，迎接她的是刚刚和她丈夫上了床的骂骂咧咧的女人。疯狂之中，郑砸碎了所有家居用品，然后一把火烧掉了新房。

倘若在小报中占支配地位的是将变了味的金钱梦个人化的故事，1998年8月30日《报刊文摘》头版文章则从平民的视角嘲讽富人的“贵族式生存”，并将大众批评与摆阔和特权联系起来：

电视广告里女士们告诉孩子们喝“王子奶”。地产商在报纸广告中许诺“贵族特区，皇家风范”。一个人必须饮“豪门”牌啤酒，穿“老板”牌套装。“小王子”在“贵族”学校培养；购物在“精品店”。先别夸你的“牛奶浴”：我还有价值百万的黄金床。

这篇文章用流行的笑话强调了“贵族式生存”的庸俗：一个“大款”的儿子问他的爸爸他们是什么“民族”，爸爸一本正经地回答说“贵族”。

有两篇文章直接质问了知识精英有关高薪养廉的提议，由此表达社会平等的愿望。1998年2月28日源于西安《健康导报》增刊的头版文章认为高薪养廉这个提议：

与现实、国情、群众脱节。它忽视了我们仍然是发展中国家和仍处于社会主义初级阶段。它忽视了仍有超过六千万人口生活在贫困中，数百万人被拖欠工资，上千万失业和下岗工人，还有千千万万无力负担学费的孩子。在这种情况下，高薪养廉的政策会给党和政府带来严重的影响。

值得关注的是，该文虽然承认了贫穷的存在与社会不平等的现状，可在结尾处肯定的不是公平原则本身，而是党和政府的利益。{3}

## （二）下岗工人

在“富裕阶层”兴起和国有企业经理变为百万富翁的同时，成千上万的工人经历了经济与社会的错位。宣传主管部门的当务之急正是对有关这个问题的媒介话语及其政治正确性进行严格管理。官方宣传指导意见强调要承认问题，倡导不蛊惑人心而又富有建设性的新闻报道，并且要求媒体多作关于政府努力实现再就业的报道。例如，1998年5月22日《杭州日报》头版就刊载了关于宣传部门在再就业问题上如何坚持正确舆论导向的报导。而小报对下岗问题的处理也异常谨慎，这与它们惯常的煽情与耸人听闻的新闻风格大异其趣。不管是由上至下的压力，或是统治精英与小报编辑在利益与报道视角上的共谋关系，关于下岗工人的小报话语充分说明了它们认可与维护现存社会秩序的特点，在很多方面它们还反映了新自由主义意识形态视角。

小报解释了人们致富的原因，可是它们对于下岗的宏观政治经济原因或是下岗的微观政治意涵却都含糊其辞，一笔带过。援引1998年8月1日《购物导报》“下岗专刊”的话：“下岗是既成事实……上帝在90年代将一把利剑高悬于中国工人头上。”在其他地方，这张报纸挪用了另一种隐喻修辞：“从40年的梦中苏醒，在社会主义中国门口我们突然遭遇到失业这个不速之客。”虽

然大多数文章将下岗看作超出工人们控制范围的事情，但不少文章仍然将工人下岗的原因归咎于工人自身，通过唤起对社会主义的记忆建构了社会主义梦想渐入歧途是因为工人阶级工作伦理退化的叙事：

我们还记得著名的劳模和早些时候社会主义的主人翁们。在他们的影响下，各行各业的工人们将努力工作作为格言。在很短的时间内，刚刚经历上百年战火摧残的新中国见证了巨大的变化。但仅仅几十年，工人们热情工作过的工厂已经变得完全不同：上班铃声响了整整一小时之后，工人们仍然在陆续上班；车间里大家成堆地打牌、下棋、织毛衣……我们的主人翁们已经退化了！我们的主人翁们砸掉了他们自己的铁饭碗。

更阴暗的想法是将失业看作社会发展不可或缺的因素。在上述同一期《购物导报》增刊中，另一篇题为“中国需要鲑鱼效应”的文章引述了一个民间故事来解释赤裸裸的市场竞争和失业的优点。这个故事说的是聪明的渔夫为了让他的沙丁鱼保持活蹦乱跳，就在大桶里放入一条鲑鱼。因为害怕被鲑鱼吞食，沙丁鱼被激起了求生本能，一直到鱼市都活蹦乱跳，所以它们总能被渔夫卖个好价钱。文章然后说：

改革的过程需要一些企业破产，这样能让其他企业感到生存压力。（它）也需要让部分人下岗，这样对在岗的是一个威胁从而促使他们更加努力工作。（它）也需要让一部分人先富起来，这样穷人就会有奋斗目标。竞争是不讲感情的。它是血淋淋的。不是你死就是我亡。

没有其他言语比此文章更能阐述新自由主义市场竞争的逻辑与长处了。在这一逻辑框架下，下岗工人作为劳动大军的“后备军”，在市场经济的有效运转过程中是必然出现的社会群体。倘若对那些值得拥有财富的富人的正面描述欢庆了有产阶层的兴起，在这里，“血淋淋的”市场竞争逻辑本身被直接断定为自然法则，而工人已然失去了作为社会主人的主体性，被剥夺了对社会发展方向的把握能力以及参与社会运作原则的制定权力，所以，他们只有像沙丁鱼一样被动求生的本能。

然而，下岗工人毕竟需要被重新整合进新的社会秩序当中，而“街头小报”也尽其所能。虽然它们有负面报道的倾向和特点，但在这个话题上的正面报道却占据了小报的主导风格。政府会议和机关通知这种最不可能出现在小报里的内容反而常常出现在小报的大标题中。政府权威部门和社会各界都在关心下岗职工，宣布优惠政策并提供支持。最妙的是，如一文章标题所声称的那样，“国内下岗，国外就业”，而另一文章标题宣称“美国职业专家说：下岗没什么大不了，它是全球潮流的一部分”。的确，既然是“全球潮流”，就没什么值得大惊小怪的，更没有理由追究具体责任了。

一般情况下，报道正面模范人物这一主流媒体的新闻风格难以出现在街头小报中，相反，那些偏离社会常轨的人通常统领着小报故事的角色谱系表，而对世风日下的谴责才是小报常见的新闻主题。但是，对下岗工人的报道却着实是一个例外。有不少长篇报道，其中包括第一人称叙述（虽然有两篇文章显然不是工人自己写的），都作了各种类型的正面典型报道，比如下岗工人屡遭挫折，却不断激励自我、动员自我并最终成为成功的企业家。由于大多数下岗工人是中年妇女，她们也成了小报故事的主角。

《现代女报》在1998年夏天开办了特写专栏，整版描绘“下岗家庭”。新闻大多有一个令人振奋的标题，比如《自己的未来自己作主，我不再害怕》和《努力寻找就业机会，我对未来充满信心》，这些新闻讲述了她们如何成功转型的故事。与那些自我毁灭的“富婆”相比，这些下岗女工善良、现实、开朗，能够主宰自己的命运并充分利用现有条件。

1998年7月24日《现代女报》中的故事主角姜凤荣就是这样一个范例。她于1995年下岗，同样下岗的丈夫把家里所有积蓄都赔在股票市场上。于是姜挑起了整个家庭的重担。她先在酒店里找到了打扫厕所的工作，在工作测评中得到全优。她丈夫瞧不起她的工作，反而想通过贩黄相对容易快速地赚到钱，结果被捕并被判刑三年。姜丢掉了在酒店的工作，之后去照看一个生病的老太太，其他很多人嫌这种工作太脏而不愿做，只有她一口应承下来。老太太去世后，姜来到农村，在她哥哥的温室里工作。作为曾经拥有高度觉悟的工人，姜明白“知识就是效率，科学就是金钱”。她开始用科学知识培育新型水果作物，取得了比她保守的农民哥哥更好的成绩。她成功地重塑自己，成了真正的女企业家。当她再次出现在曾经当过清洁工的酒店时，她与酒店的副总谈着水果供应的合同。

虽然细节上有所变化，这些故事的寓意是统一而简单的：没有什么可以害怕！下岗是痛苦的，但也是一个机会。中国工人没有什么可以失去的，失去的只是他们在国有企业令人不快的工作。他们可以在市场上斩获名利。

倘若这些下岗工人的角色有任何性格弱点的话，那就是她们的依赖感及其对稳定工作、福利保障和社会地位有所期待的陈旧观念。于是，政府号召她们进行心理调适，降低期望值，接受低薪水、低地位的工作，并在“社会主义市场经济”新的劳动分工中找准自己的位置。倘若富人同时是小报中享乐主义者的羡慕对象与平民主义者嘲笑的目标，那么下岗工人就是小报中心理咨询和思想工作的对象。这样，小报发挥了重要的意识形态角色，对社会底层人们而言，它们润滑了经济两极分化这个痛苦过程，同时将社会分层问题转变成个人心理问题。1998年4月4日《中国社会月刊》之“中国家庭”版的首页文章这样问到：上海的下岗工人已经解放了她们的思想，将成千上万的外来女民工赶出了家政服务市场，为什么北京的下岗工人不能改变观念，降低社会地位意识，也从事家政服务呢？这一连串说服工作的最有力表达是1998年第24期《报刊文摘导报》刊载的一篇广泛传播的文章，它的

标题为“书记为我擦鞋！”该文讲述了山西省委书记胡富国参观由下岗工人组成的擦鞋小组，在让他们擦了自己的皮鞋之后，也提供了同样的服务，并赞赏了劳动的美德。

正如小报中没有有关下岗工人集体抗争的报道一样，几乎也没有报道关注他们的困境、沮丧和愤怒。一个关于下岗女职工自杀的报道是41篇下岗故事中的唯一例外。它在上述的《购物导报》增刊的“下岗专页”中打头。文章的处理方式强调了小报关注社会稳定而信奉市场自由主义的意识形态。鉴于小报倾向于充分利用女性与死尸等话题来制造耸人听闻的“猛料”，“下岗女工自杀”会是一个理想的小报标题。不过，文章使用了“选择死亡”这一新闻标题，它既带有悬念，却又未强调死者身份和突出“自杀”二字。毕竟，下岗不是一个可以过分渲染的话题。事实上，下岗工人自杀这样的事实甚至在小报标题中都不能得到直观的表达，同时，报纸也一反常态地在标题中隐去了死者的女性身份。报道正文夹叙夹议勾勒了在新年前晚上吊而死的下岗女工张敏的命运。文章描述了她人生中遇到的机构与个人怎样一个接一个地辜负了她。她原来的雇主是这个拥有“相对不错的福利体系”的国家中的一个坏苹果，没有给予任何赔偿金就解雇了她。第二份工作的同事仅仅因为她曾经是下岗工人就冤枉她偷窃财物。她的第三份工作是帮一家人做家务，但是那家人的儿子碰巧和她自己的儿子在一个学校念书。张的儿子被这个地位优越的同学欺负和侮辱之后，请求其母亲辞掉工作。同时，张的丈夫和另一个女人有染而与她签字离婚。根据这篇文章的说法，所有这些因素都导致了张的死亡。但在结尾处，该文责怪张自身的性格弱点，并号召数百万下岗工人树立“正确的思想观念”：“虽然社会的同情与支持很重要，但人们没有这些也必须生存。为了生存，每一个人都必须依靠他自己！张敏死了。希望我们中间那些还在困难中挣扎的人能得到教训。”此处，文章征用了马克思，以求拯救那些可能成为张敏的人们。可是，报纸征用的却不是作为马克思主义者和在《共产党宣言》中让全世界无产者联合起来的马克思，相反，这份报纸引用了据说是马克思说过的一句话来启迪中国工人，并把它放在版首，由此建构起“下岗专页”的意识形态框架：“人生就像海洋。只有那些拥有坚强意志的人才能到达彼岸。”在改革开放时代中国小报的生活哲学说教里，马克思显然成了新自由主义意识形态的精神领袖！

### （三）农民、流动民工和罪犯

虽然我可以找到41篇关于下岗工人的故事，有关农民和农民工作为社会群体的报道却少而又少。城市偏见在主流媒体中尚不少见，农民的状况在90年代街头小报里的边缘性角色就更不令人惊讶了。农民以如下身份出现在少数几则简短的新闻摘要中：腐败地方官员的牺牲品、保护他们自身合法利益的社会成员，以及作为国家专政对象的暴民。在1998年5月22日《钱塘周末》头版所报道的一个案例中，一群农民因为镇政府随意征税而将它告上了法庭。这篇文章将这起案件表现为法律的胜利，并且证明农民增强了法律权利的意识，在政治上成为成熟的守法公民。而在1998年7月30日《法制文萃》所报道的罕见案例中，农民们组织起来反抗地方政府乱征税。报道以17名农民组织者被捕开头。由于他们建立了非法组织，举行了非法集会，在现存的政治机构之外行动，于是他们成为“一股邪恶的封建力量”，并发展成为暴民和破坏性势力。

更多的报道将流动农民工作为一个社会群体。1999年5月15日《皖江商报》的特刊在一页关于打工者（一个指代劳工的流行词汇，但不含与“工人”或“劳工”有关的政治意涵）的报道中，刊载了一位年轻民工的第一人称自述。但这是对农民工及其流动经历非常抽象而理想化的描述，可能出自于一位来自农村的大学新生之手。作者展现了完美的“流动个性”，这被现代化理论家勒纳认为是农民克服落后进入现代化所必需的重要特征。作者希望成为城市居民，但他更想建设自己的家乡。他流动的目的在于“解放我的思想……开阔我的视野，学习先进的技术”，他还打算回家乡“建造工厂，培植果园，养殖鱼虾”。民工作为农村发展的行动者这一理想角色在该文中得到了完全的体现。第二个题为“民工有了新观念：学技术比赚钱重要”的新闻故事提供了一组理想化了的流动农民工群体素描：他们在城市里忙着上夜校，在技术教育上从不吝惜钱财。文章没有说明普通民工一天工作多少小时，收入多少，更没有表明他们是否有充足的时间、精力以及收入来上学。

没有出版时间的一期《大众健康报》中的新闻讲述了一个这样的灰姑娘童话：一位受压迫的农村女性克服城乡差别，走上了解放之路。16岁的姑娘杜鹃为逃避包办婚姻从南方农村跑了出来。在北方的公共汽车站，她被骗卖给了一个老头作老婆。她再次逃跑并遇上了王青，后者是一名女军官，也成了杜鹃的救命恩人。无私的王青帮她找到了看护孩子的工作，在这个工作没有了之后又将杜鹃带回自己家，并每月付100元让她从事不那么累的家务活。更重要的是，王向杜鹃展示了自强之路：“倘若一个女人要在社会上立足，她必须要有一技之长。”于是，杜在王的指导下学习了多种技术并改变了自己的命运。她彬彬有礼的谈吐与风度让她获得了一个公关管理工作，尽管她的梦想是最终成为老板。

然而，其他故事展示了农民工们更具威胁的形象。在一个例子中，房地产开发商雇佣的农民建筑工人像暴徒一样，与城市居民就房屋工程产生了直接冲突。他们被视为威胁城市居民生命与财产安全的乌合之众。在其他像年轻保姆引诱城市雇主男人的故事中，民工们被塑造为破坏城市社会生活和家庭结构的不稳定因素。

当然，小报也会偶尔代表民工这个群体说话，并投身于提高民工福利的活动。有一些文章同情民工恶劣的生活条件，悲惨的社会和文化生活，以及无法拥有城市户口的现状。1998年8月14日《东方周末》中一篇文章讲述了几个年轻女民工婚姻与爱情的

经历，尤其是遭受城市男人男性剥削的惨痛经历——这些城市男人受到她们身体的吸引却又觉得她们的社会地位低人一等。钱东东就是这样一个牺牲品，她为躲避农村传统的婚姻模式而逃入城市，最后却在和一个城市工人的两性关系中饱受虐待。更糟的是，她陷入了疏离的城市而找不到任何社会支持。当她向丈夫单位的领导投诉他和其他女人的不正常关系时，领导回答说：“没什么大不了的，十个男人九个色。”她想离婚，但当地民政部门拒绝处理这个案子，因为她没有城市户口。

哪怕有人碰上运气“成功”地获得了城市男人无条件的爱，她也会觉得生活的艰辛。1984年赵永高考落榜时，她背着两袋米踏上了去北京的火车，她所有的梦想就是过普通城市女人的生活。她在做家庭服务员时拼命工作，努力取得大学文凭，后来在一个文化单位当了临时工。在那里，她安静的个性和不寻常的流动经历吸引着张彬——一个北京知识分子家庭出身的大学毕业生。赵深知她和张彬之间门不当户不对，于是便逃离了她的爱，她辞去了北京的工作到南方做了售货员。张继续追求着她，两个人最终结婚了。1995年赵通过她的公司在南方得到了城市户口，但不是在北京。1998年赵在城市已经过了14年漂泊的生活。她哭诉道：“十四年！十四年！什么是户口？看不见，摸不着，谁能告诉我什么是户口？”

农民和民工并非作为有着共同社会利益和问题的社会群体而得到小报的普遍关注，相反，他们往往出现在道德故事里，更经常在犯罪故事里以个人的面目出现。在这些故事中，他们是落后、狭隘、残忍、无理性、贪婪的法盲，他们能对家人和其他人实施各种暴行。从“兽性丈夫切下妻子的鼻子和脸颊来下酒”到“女人，犯下强奸罪”，这些没有在主流媒体中展现的扭曲的人类关系——苦难、血腥、复仇、愚昧——都在小报里得到了详尽的描述。小学教师在教室里经常强暴女学生；丈夫为他做妓女的妻子拉皮条；母亲协助她做妓女的女儿勒索嫖客；妻子为拯救婚姻给丈夫献上处女。更遭的是，这些牺牲品甚至都不知道他们的悲惨之源。1998年7月3日《河北商报》增刊中一个曲折故事里，河南葛楼村的居民被描述成不可救药的一群农民。1997至1998年间5个6岁男孩神秘死亡，没有人将这些报告给警察，村民们相信是上天在召回这5个孩子。当局外人叫警察来调查时，他们拒绝合作并继续请求上天的宽恕。而真正原因是村里一个妇人谋杀了这些孩子，作为对他们家庭的报复。小报新闻里，这些故事所呈现的“未开化”状态中的农村转型社会是无知、犯罪和黑暗的王国。

关于下层阶级的小报故事充斥着性和财产犯罪等话题，典型的情节是一个无耻的女农民工用身体来换取金钱，然后又去抢劫或谋杀，或者她自己成为谋杀的牺牲品。与《安全导报》1998年第33期增刊为这些人设计的努力工作，赚老实地，然后“回家，结婚，建立幸福的家庭”的道路相反，这些人憎恨工作，用她们的青春和美貌作赌注。另一典型情节围绕着年轻男民工单个或者有组织的集团犯罪，他们的特点是贪婪、道德沦丧以及不择手段寻求致富的心理。故事叙述通常在“正义/邪恶”的框架展开，并号召人们恢复道德秩序，保持法律秩序。1998年5月16日《西藏青年报》增刊的一篇文章在分析了一个由农民组成的高速公路抢劫团伙的犯罪轨迹及其心理轮廓之后，得出这样的结论：

个人价值体系的崩溃是导致这些亡命之徒行为的主要原因。在他们眼里，发财致富的政策是不够的。抢劫是上天命令的快速致富方法……扭曲的个人哲学导致违反法律和道德败坏。但是，人不能成为邪恶的人，人不能干魔鬼干的事，人也不能有强盗哲学。这些抢劫犯的命运给了我们其他人最好的警告。

农村贫民缺乏经济机会，流动民工缺乏工作机会，他们在城市地区工作条件恶劣，工资微薄，并缺乏提供有效支持的社会机构，这些因素都甚少提及并被视为导致犯罪行为的可能的宏观结构原因。一些故事则公开指责了财产罪犯和妓女等这些越轨行径。“勤劳致富之路是充满希望的金光大道”，《西藏青年报》的某篇文章如是说到。

上述从个人道德沦丧的角度来建构犯罪故事的描写与下面对“东欧妹”卖身经历的描述（《青年参考》1999年4月23日）形成了鲜明的对照。文章这样开头：

自从东欧政府更迭，经济面临着痛苦的转型，社会严重两极分化。那些不能通过正常手段摆脱贫穷的人们将目光投向国外，尤其是相邻的西欧。虽然男人们可以找到工作，女人找到正常工作的机会微乎其微。很多年轻女人被不法人贩子所骗最后成为妓女。

这一文章解释了事情来龙去脉，并将其融入宏观社会背景，并鼓励读者反省社会结构。与此相反，关于中国农民和民工这些社会越轨者的小报故事却是个人化、渲染化与常规化的。我并非否认对于犯罪的关注是不正当的，也不是反对把农民和民工“过分表现”为罪犯。但是，这些特别类型的犯罪故事将更深层的社会分化问题转换成个人性格、道德、法律和秩序的问题，因此说这些故事带有强烈的保守主义政治与社会含义毫不为过。

犯罪故事，尤其发表在那些公检法机关“法制类”报纸上的故事，它们以耸人听闻的犯罪故事与对执法部门英勇高效的赞美两者的融合为主题。虽然1997年开始在法律执行机关内部进行的反腐败行动增加了对司法系统滥用权力的曝光机会，犯罪故事的基本结构并没有发生改变。它们不是站在被害者的立场上为正义呼喊，反而通常在案子已经结束后才加以报道，以佐证正义得到了声张，典型的叙述方式是在开头或结尾描绘罪犯被逮捕并得到了惩罚。另外，不管是完整的叙述形式，还是个人化的情节或谴责性的语言都没有“鼓励对于社会和政治结构的反省”（Sparks, 1992, p. 41）。犯罪报道制造恐惧和焦虑，它们要求严厉的惩

罚，它们与权威部门从90年代中期开始发起的法律“严打”政策的社会意识形态基础遥相呼应，潜在地有助于建构一种“威权共识”（authoritarian consensus），这是霍尔等人（1978；另见Gerbner，1995）在有关犯罪新闻的经典研究中论及的专有名词。民粹威权主义（populist authoritarianism）是许多传媒体系中以市场为导向的小报新闻业的共同话语模式（Sparks，1992；另见Hallin，2000）。看来中国小报也不例外。

### 三、小报在说些什么？

#### 阶级、意识形态与道德规范

中国的大众报纸迎合了高度分层的读者群。读者当中有经济改革的受益者即专业人员与管理精英，也有城市中产消费者，他们获邀沉浸在消费的快感之中，并将自己与西方中产阶级的生活方式相接轨。1992年后，越来越多的报摊出版物服务于这个读者群，这是中国大众报纸的一个重要发展。消费主义是都市街头报摊重要的大众经验。“我们现在已经接触到了西方生活方式，我们也要享受它”（Eckholm，1998），《精品购物指南》这位热心读者向《纽约时报》的表白清楚地表达了这一强有力的冲动。虽然高跟鞋与牛仔裤一度作为反叛社会主义国家意识形态和价值观的文化象征而流行，但在中国从短缺型经济迅速转化为过剩型经济，以及政府倡导的消费主义的背景下，读者关于天价名牌钱包的体验讲述的不再是当年高跟鞋、牛仔裤如何挑战禁欲主义文化的个性解放叙事，而是有关地位与阶级特权的故事。它包含了商品拜物教的意识形态。{4}正如Richard Ohmann（1996，pp. 348—349）所述，这种更广泛意义上的意识形态比起狭义上的意识形态是更重要更强大的社会整合力量。

倘若消费和生活类报纸帮助建构城市中产阶级的自我认同，并提供了一个公共论坛让富裕消费者讲述他们的消费经历并欢庆他们的地位与阶级特权的话，被认为是低品味的“街头小报”的主题与社会导向则更加复杂。在小报故事中没有单一的、系统的、有意的、连贯的声音，这里存在着音量大小不一的各种声音与层层叠叠的不同意义。它们含糊不清而又互相矛盾，从不同方面应和、折射和调节着官方神话与大众的实际意识，并携带着不同的政治意义。

在某种层面上，可以认为小报故事在理解现实社会时高度意识形态化。按照John B. Thompson有关意识形态的定义，这种意识形态化是指它们包含的意义服务于建立和维持不平等的社会权力关系。个别非法致富者作为个体尽管受到谴责，但这些先富阶层作为经济上获得优越地位的社会群体，不仅受到称赞，其生活方式也遭人追捧。不仅仅“阶级”这个词是禁忌，富人作为一种经济与社会类别也以高度民族主义化的字眼得以编码：社会主义中国现在正颂扬着那些登上《财富》杂志排行榜的“自己的”财富英雄和民族资本家。

小报叙事中也有反对经济特权与摆阔的平民主义成分，甚至也提到非法暴富者对他人的剥夺。但是几乎没有对社会中不平等深化与阶层分化加剧等现实做出批判性反省的文章。社会分析的话语回到马克思之前的时代。一条“人为财死，鸟为食亡”的谚语将人类简化为追求财富的生物，并解释着整个经济系统的动因。一则寓意不言自明的“鲶鱼效应”民间故事宣布了市场竞争制度的优点。下岗是上天的意志，而下岗过程本身是国际潮流与走向繁荣的手段。虽然仁慈的政府、各种社会机构、杰出的个人都在竭尽全力提供帮助，但对那些已然失去固有的经济与社会地位的人们而言，唯一的救赎之路是他们的生存意志，那些克服了个人心理障碍的人才能名利双收。在这个改革了的社会秩序里，通过钻政策空子和结交政治后台来追求财富是实用的“政治经济学”。民工在小报中得到了一些同情的处理，可是更多的情形下，小报传达的是他们对城市社会的威胁性，以及将他们想象成潜在的街头暴徒成员。上海下岗工人如何从劳动市场上把民工赶走这一正面陈述，以及民工们重返乡村的期望中，都展示了分明的社会等级秩序和城乡差异。

农民和流动农民工最主要的新闻角色是罪犯——规训和惩罚的对象。下岗工人和流动民工的故事没有批判性地反省他们的生存状态及其目前的社会外部条件，而是从个体层面描述他们对自身社会存在的不当超越。过去的下岗女工讲述她们变成商业老板的成功经验，农民工梦想当他/她回到土生土长的村庄成为老板，变成公关经理的农村女孩也把当老板作为最终职业目标，可见，商业企业家是毫无争议的文化英雄。通过市场实现个人与社会发展的观念，赶上西方国家的民族主义意识形态，相信知识的工具理性的启蒙思想，对法律和秩序的强调都深深根植于许多小报故事中。

从定义上说，小报长于个人化，弱于分析性。也许我们不期望小报能够指出，通往财富和将国有企业经理变成百万富翁的“金光大道”，也是让工人们纷纷下岗和一部分人走上犯罪的同一条道路。{5}但这并不能解释为什么一位下岗工人的自杀没有在标题中得以突出与渲染；这也不能解释为什么公平的观念需要借用党和国家利益的措辞来表达。对下岗工人的报道，对两种农民集体行动的区别对待，以及对东欧妇女卖淫故事的描写方式，都暗示了街头小报在很多方面或多或少折射出了占主导地位的精英的霸权话语成分。它们比通常的假设有更强的官方特征。虽然在某些方面它们可以破坏党的宣传规则，但在其他方面它们更经

常地延伸了党报话语并强化了主导意识形态。官方颇感困扰的并不一定是具有颠覆性的。比如，小报的“文化品味”不高，在渲染性与暴力问题上经常出格，但它们在有关社会的核心政治经济关系问题上却一般采取保守的态度。再如，权威部门不喜欢犯罪故事，因为它们暴露社会阴暗面，也可能会诱导犯罪行为。但它们可能会有另一功能：让充满紧张与冲突的社会对它的病态症状进行一种宣泄。此外，这些故事既有法制案件故事的导向，又有道德的谴责与规范说教，可以被视为支持现状的话语表达。因为规范看上去并不是一个阶级强加于另一阶级之上，而是把自己表现为能同样应用于一切事务的常识，从道德上解释下层阶级的犯罪故事有助于掩饰不平等的政治经济权力关系。

而且，正因为小报新闻的作者和编辑都受到商业动机驱使并精明地意识到他们脆弱的制度基础，他们往往集中于安全和方便的题材，比如容易从警方得到的下层阶级的犯罪故事。由此，犯罪故事和它们支持现状的取向，既是小报市场结构的结果，也反映了小报作者和编辑明显的意识形态意向。也很有可能作者援引官方神话并不是为了更有说服力，而是作为一种防守性的修辞策略来包装叙事方式，使其吸引读者而成为主要卖点。

最后，虽然街头小报的边缘状态给予它们更多机会刊登犯罪与人情味的报道，这种相对自由也让有着精英统治和市场专制主义倾向的小报作者和编辑来倾泻他们自身对下层阶级的恐惧和偏见，或是更自由地表达市场改革受益者的观点。与官方大报相反，小报作者和编辑可以更公开地指责工人阶级要为他们自己的困境负责，更自由地欢呼下岗的好处，因此小报包括了将市场经济“法则”普遍化和自然化的新自由主义精英的声音。尽管街头小报卖给较低阶层的读者，但它们出版于文化企业家之手，不管关系如何松散，它们与党和商业报刊的联系仍然紧密。尽管少数作者可能出身草根阶层或与草根阶层保持联系，但他们中很多人也不太可能与下层民众紧密相联，或抱持改善他们命运的稳定而明晰的政治立场。从他们的故事判断，街头小报没有充分反映下层社会群体的视角，更枉论那些利益受损群体的愤怒、沮丧、抗争和政治觉悟了。主导精英拥抱市场威权主义，并竭力防备着某些有政治意识的知识分子与不满的工人、农民结成同盟，鉴于此，街头小报在政治控制和市场约束的双重压力之下无法成为政治意识的批判性论坛自然也就不足为奇了。

但是，在其他方面（虽然程度要轻得多），一些小报确实反映了大众的关注，包含了大众意识的碎片。虽然赞美富人及有关下岗工人和农民工超越自己的社会地位而爬上社会台阶的故事符合官方神话，它们也可能表达了这些群体中很多人的真诚愿望。富人故事的另一面，即金钱不能带来幸福的鲜明主题，也可能在大众意识中产生共鸣，而读者能潜在地带走这些故事“跑”向不同的方向。这可以被视为对一种顺从的表达，对那些社会底层的人们满足于自身现状的号召。同时，这些关于经济地位优越者自我毁灭的故事给读者提供了偷窥的快感，清楚地表达了一种平民主义的大众道德批判，即对普遍盛行的金钱崇拜道德体系，以及对在社会正义和道德上都有缺失的经济改革的批判。虽然“致富”的乌托邦（作为含蓄广泛的叙事框架）和它的反面乌托邦（在个人的层面上）在小报故事中得以表达的程度不同，但很可能它们都有大众的基础。

同样的矛盾也适用于性别维度。小报以高度性别化的方式理解社会分层，同时反映了性别歧视和性别平等这两个主题。此外，这些自我矛盾的主题与大众情绪、官方宣传口径和新自由主义视角之间有着不同的联系。有人可以责怪小报关于致富女人的标题有性别歧视意味，但像“女大款”和“富婆”这样的字眼的确是流行词汇。同样地，围绕着潘若兰的美貌和贞洁（因此当这些被毁掉时更为悲惨）所展开的戏剧化冲突反映了中国社会根深蒂固的男权视角。虽然郑惠芳的故事仿佛暗示了男权制是她生活困境之源，那些无耻的女性流动人口为了经济利益勾引（城市）男人的故事仍可以让城市男女都产生共鸣。这样的叙事对男性读者是一种自我合理化，而对城市妇女而言，能方便地将来自农村的女性当作自己丈夫真实或可能的背叛行为的替罪羊。一方面，小报话语总是妖魔化女性流动人口中的性工作者并谴责她们的道德破产，却不是指出男权制社会和城乡差别是性交易欣欣向荣的潜在原因。另一方面，对农村流动人口应得到城市户口的呼吁通常基于流动女性“攀上”城市男人所产生的问题（流动男性几乎没有机会娶到城市女性，因此问题不从他们那里产生）。然而，城市下岗女工需要依靠个人意志来重新建立自我这种观念所蕴含的性别潜台词则有着另一种曲折之意。这里，官方关于女性需要自强不息的性别平等话语，与市场自由主义将个人（应该是性别中立的）看作自我发起的经济行动者这种话语缠绕在了一起。

对道德的强调也是一个复杂的现象。如前所述，犯罪故事不但拥有商业动机，也在意识形态上与政治威权主义相吻合，但是小报呼吁道德也有它自己的文化逻辑。正如Ci Jiwei (1994, p. 115) 所述，计划经济时代的过分之举是使道德隶属于政治，甚至简化为政治，“政治工程是一切；它的崩溃自然使所有一切，包括道德和它一起崩溃”。而在改革年代，道德又成了市场的牺牲品。这样的背景下，道德说教故事和有关恢复道德的呼吁在社会上有着强大的大众吸引力，它超越了关于不同社会群体的故事，是对目前社会失范和道德瘫痪的大众反映。

小报既不是挑战主流的“替代性媒体”，也不是麻醉大众的“新鸦片”。小报是不同社会意识碎片的不均匀混合物，而这些意识是中国特色社会主义意识形态版图中特有的。作为复杂而矛盾的社会转型过程中的文化产品，它们的市场威权主义倾向维护了支配性的社会秩序，同时，它们也不能不在某些方面折射出人们真正的欲望与需要，还有他们在这个历史生命过程中的体验。

\*此文系在以下英文原著上改写编译而成: Yuezhi Zhao, "The Rich, the Laid-off, and the Criminal in Tabloid Tales: Read All About It!", in Perry Link, Richard Madsen Paul Pickowicz (eds.), *Popular China*, Lanham, MD: Rowman Littlefield, 2002, pp. 111-136. 感谢吴畅畅博士在本文编译过程中所作的贡献。

Abstract: This article provides a two-fold analysis of China's tabloid press of the 1990s as a means of social communication and a potential forum for popular expression. First, the article places the tabloids and their readership within the structure of Chinese press in particular and Chinese society at large, and takes a look at the evolution of the popular press as an index to social stratification in China in the 1990s. Second, because personalization and characterization are the key expressive features of the tabloids, this article starts by analysing the portrayal of the rich, the laid-offs, the migrant farmers-turned-workers, and farmers in the tabloids and how they make sense of increasing social division to readers. The analysis reveals a highly complex and contradictory universe of themes and ideologies. As the cultural products of a complicated and contradictory process of social transformation, they can be instrumental in safeguarding the dominant social order while at the same time expressive of people's genuine desires and needs as well as their lived experiences in this historical process.

Keywords: tabloids, discourse analysis, social stratification, ideology

#### [注释]

{1} 这种提法与广泛意义上的“新贵” (new rich) 一致。见 Richard Robison 和 David Goodman (1996)。毫无疑问, 在“新贵”内部也有冲突和差异, 但这并非小报的主题。

{2} 第一批包括了1994至1995年间在北京、上海和杭州搜集的29种报纸的54个版本。第二批包括了1998至1999年间在广州、杭州、贵州、大连和北京搜集的86种报纸的134个版本。虽然小报出版的无规律让人无法得到统计意义上具有代表性的样本, 但笔者尽可能搜集广泛的样本。比如在北京, 我尽量从不同的社区购买小报作为样本。小报的全国分销也有助于样本对市面上流通的小报进行全面素描。虽然1998~1999年样本有更多关于下岗工人和反腐败的报道 (这时党已经明确鼓励媒体对腐败行为的曝光), 但1994~1995年和1998~1999年这两批样本在其他方面有着一致的主题导向。由此, 我的详细文本分析集中于1998~1999年这批样本。所有关于三个社会集团的文章都得到了鉴别和主题分析。

{3} 具有讽刺意味的是, 1999年6月政府公务员的工资上涨了35%到50%。

{4} “意识形态”这个词含有一系列有用的含义, 我在分析中也应用了不同的定义。

{5} 我借用了 Stuart Hall 等人 (1978) 所说: “问题是使穷者愈穷 (或使罪犯去犯罪) 的‘现有状况’, 恰恰是使富者愈富 (或使遵纪守法的人想像倘若对罪犯个人的惩罚足够严重, 犯罪的社会原因就会消失) 的同样状况。”

#### [参考文献]

中共中央宣传部、新闻出版总署: 《关于加强管理进一步办好报纸“周末版”的意见》, 1994年3月15日, 载新闻出版总署政策法规司 (编): 《1949—1994中国新闻出版法规简明实用手册》, 第152~154页, 北京: 中国书籍出版社1994年版。

Chu, L., "Continuity and Change in China's Media Reform", *Journal of Communication* 44 (3), 1994, pp. 4-21.

Ci, J., *Dialectic of the Chinese Revolution: From Utopianism to Hedonism*, Stanford, CA: Stanford University Press, 1994.

Connell, I., "Personalities in the Popular Media", in Dahlgren, P. Sparks, C. (eds.), *Journalism and Popular Culture*, Thousand Oaks, CA: Sage, 1992.

Dahlgren, P., "Introduction", in Dahlgren, P. Sparks, C. (eds.), *Journalism and Popular Culture*.

Eckholm, E., "Detectable Materialism Catching on in China", *New York Times*, A4, January 10, 1998.

Gerbner, G., "Television Violence: The Power and The Peril", in Dines, G. Humez, J.M. (eds.), *Gender, Race, and Class in Media: A Critical Text Reader*, London: Sage, 1995, pp. 547-557.

Hall, S., Critcher, C., Jefferson, T., Clarke, J. Roberts, B., *Policing the Crisis: Mugging, the State, and Law and Order*, London: Macmillan, 1978.

Hallin, D.C., "La Noto Roja: Popular Journalism and the Transition to Democracy in Mexico", in Sparks, Colin Tulloch,

John (eds.), *Tabloid Tales*, Lanham, MD: Rowman Littlefield, 2000.

Ohmann, R., *Selling Culture: Magazines, Markets and Class at the Turn of the Century*, London: Verso, 1996.

Robison, R. Goodman, R., *The New Rich in Asia: Mobile Phones, McDonalds and Middle-class Revolution*, London: Routledge, 1996.

Sparks, C., "Popular Journalism: Theories and Practices", in Dahlgren, P. Sparks, C. (eds.), *Journalism and Popular Culture*, 1992.

Sparks, C., "Introduction", *Javnost /the Public* 5: 3, 1998.

Zha, J., *China Pop: How Soap Opera, Tabloids and Bestsellers are Transforming a Culture*, New York, New Press, 1995.

Zhao, Y.Z., "Toward a Propaganda /Commercial Model of Journalism in China? The Case of Beijing Youth News", *Gazette* 58 (3), 1996, pp. 143-157.

Zhao, Y.Z., *Media, Market, and Democracy in China: Between the Party Line and the Bottom Line*, Urbana, IL: University of Illinois Press, 2000.

责任编辑: 王旭芳

文档附件:

隐藏评论

用户昵称:  (您填写的昵称将出现在评论列表中)  匿名

请遵纪守法并注意语言文明。发言最多为2000字符 (每个汉字相当于两个字符)

3017

中国社会科学院电话: 010-85195999 中国社会科学网电话: 010-84177865; 84177869 Email: skw01@cass.org.cn

投稿邮箱: skw01@cass.org.cn 网友之声信箱: skw02@cass.org.cn 地址: 中国北京建国门内大街5号

版权所有: 中国社会科学院 版权声明 京ICP备05072735号