

游荡者的权力：消费社会与都市文化研究

作者：包亚明

出版社：中国人民大学出版社

内容提要

这是一本都市游荡者的思想笔记。游荡者在零乱的问题与文本中游荡，同时书写着这个文本。

一、思想的空间

全球化与消费主义对当代中国日常生活的侵袭，使通过兼具市场和观念两大特征的大众文化潜移默化地渗透的。全球化的市场经济与消费主义的大众文化，在整合日常生活的同时，也深刻地改变着知识分子与大众之间的关系。因此，如何设立一个强有力的批判机制，来帮助我们解读全球化背景下的大众文化与当代中国日常生活，将是摆在中国知识分子面前的一个严峻的问题。

二、海上游荡

上海的城市空间正以日新月异的速度发生着巨变，这并不仅仅意味着居住空间和生活环境的变化，这种改变同时也带走了我们习以为常的生活方式和生存状态，其中最典型的的就是老城厢的日渐消失，以及旧区生活形态的日益凋零。

三、文字与影像的力量

文字与影像所构筑的意义空间，如同现实生活中的城市空间，我们既可以登上摩天大楼，从高处俯瞰，也可以在下方的楼群街道中穿行，这是审视者与游荡者的差异。在居高临下的审视者眼里，空间变成了一个可以读解的文本，它俯视的“全景空间”，其实是一个“理论性的”拟象；而游荡者则身处空间的下方，游荡是他体验空间与意义的基本形式，他的身体随着空间与意义的“文本”的厚薄而起落，他同时也写着这个文本。

四、技术的追问

技术的发展为人类创造了无数享受生活的机会，但是技术进步也往往以个体创造性和自主性被官僚制度所扼杀为代价。当代社会的美学经验揭示了现实世界另一个不被注意的关键事实，即我们时代的核心问题也许永远无法从一个稳定的、客观的、可证实的理性知识的角度来加以思考。

五、酒与酒吧的世界

上海的酒吧是以非本地化的方式降临的，它的目标客户是非本地的消费群体，它本身也是外来文化突然注入的结果。它从诞生之日起就与本地的日常生活保持着审慎的距离。始终是区别身份地位和趣味而不是抹平这一差距的空间，曾经是而且在相当长的一段时间里仍将是炫耀性消费的舞台。上海酒吧在不到十年的时间里，已经培养了自己本地的消费群体，这既是上海酒吧不断本地化的辉煌成果，也是上海这座城市不断加速全球化进程的“伟大”收获。空间、消费、全球化与地域知识在上海酒吧中结成了一种暧昧而复杂的关系。■

[完]

包亚明, 中国人民大学出版社



<http://creativecommons.org/licenses/by-nd/2.0/fr/deed.fr>