

虚无、实在与全球化

——读《虚无的全球化》

李理

(长沙理工大学外国语学院, 湖南长沙, 410114; 北京大学新闻与传播学院, 北京, 100871)

摘要: 美国社会学学者乔治·里茨尔的新作《虚无的全球化》在前有研究的基础上, 结合全球现实层面的新的发展趋势, 提出了分析全球化的新的理论工具——虚无, 并针对罗卜逊著名的新概念——全球本地化, 创造了增长全球化(globalization)一术语, 以其提供一个更平衡地描述全球化的支点。总的来说, 里茨尔试图论证: 增长全球化的推动力促进了虚无在全球的扩散。该书的出版, 有助于使全球化理论从混乱走向有序和统一。

关键词: 虚无; 实在; 全球化; 增长全球化

中图分类号: G236

文献标识码: A

文章编号: 1672-3104(2009)05-0659-06

关于全球化的理论虽已汗牛充栋, 但“全球化”这一概念本身却仍然是众说纷纭, 莫衷一是。较早的全球化理论如世界体系理论^[1]、依附理论^[2]等, 注重从政治经济学的角度, 突破西方中心主义的视野, 针对西方对其它地区的剥削提出了高度的批判。资本主义在全球的扩张, 将整个世界逐渐变成以西方为中心, 以其它国家和地区为附属的生产基地和营销市场, 这样, 就形成了一个中心——边缘——半边缘的政治经济发展格局, 造成全球发展的极度不平等。而文化层面的全球化, 是目前全球化理论中争议最多的领域。套用罗兰·罗卜逊^[3]提出来的一个核心问题: “全球性的变化带来的是越来越多的同质性, 还是越来越多的异质性, 还是两者的一种混合, 即全球本土性(glocalization)呢?”事实上, 围绕文化全球化的相互冲突的观点与看法, 主要就是集中在这个问题之上。以爱德华·萨义德为代表的后殖民主义理论和以赫伯特·席勒为代表的文化帝国主义理论, 坚持认为: 与资本主义扩张有机结合的文化的单向性传播, 体现了西方意识形态层面的控制和支配。通过大众媒介而传播的西方消费主义生活方式将导致全球文化变得单一、同质化, 并将引发其它地区的传统文化的瓦解和民族认同的危机。与此同时, 后现代社会理论^[4]则更加强调全球本地性, 即各地文化在全球化的影响下呈现出混合性、多样性、独立性等新的特征。因此, 同质化

与异质化, 自上而下的全球化与自下而上的全球化两种完全对立的观点之间的纷争, 已使得“全球化”作为一个理论而呈现出内部的分裂与自相矛盾。

里茨尔继其名作《社会的麦当劳化》之后, 又推出新作《虚无的全球化》^[5]。该书将有助于将全球化理论从混乱带入有序和统一。在前有研究的基础上, 里茨尔结合全球现实层面的新的发展趋势, 提出了分析全球化的新的理论工具——虚无, 并针对罗卜逊著名的新概念——全球本地化, 创造了增长全球化(globalization)一术语, 以其提供一个更平衡的描述全球化的支点。总的来说, 里茨尔试图论证: 增长全球化的推动力促进了虚无在全球的扩散。

一、何为虚无

首先, 让我们一起考察一下“虚无”到底所指何物。由于里茨尔意识到虚无的全球化“肯定是刺耳的, 似乎是反直觉的”, 虚无一词本身也必将惹火跟现实利益、潜在利益相关的某些群体和个人, 所以作者用了整整一个章节对“虚无”进行概念化操作, 并声明该词并不具有贬义或批判的意思。虚无被定义为: 一般是由集中地创立并控制、且在很大程度上缺少独特实质的东西。而与之相对的实在则指: 由本地创立并控制、且

收稿日期: 2009-03-13

基金项目: 湖南省社会科学基金项目(课题编号: 07YBB320)

作者简介: 李理(1976-), 女, 湖南湘阴人, 北京大学新闻与传播学院 2005 级博士研究生, 长沙理工大学外国语学院讲师, 主要研究方向: 全球化与传播。

具有许多独特实质的东西。虚无被进一步与“一般可互换的、缺少本地联系的、相对无时间特征、去人性化、无魅力”五个次序列联系起来,并被细分为:虚无产品、虚无地点、虚无人和虚无服务^{[5](27-28)}。

用更通俗的语言来解释的话,虚无是伴随着工业化生产而出现的以标准化、制度化、大批量生产方式制作出来的商品,以及跟此类商品的销售相关,丧失了个性的地点、人、服务等。或者说,虚无的概念与法国后现代主义者让·鲍德里亚“仿真”(simulation)的概念相关。从本雅明对机械复制技术的论述,我们了解到,原型是具有独特内容的实在之物,而复制品是缺乏这些内容的,即“灵韵”的消失。“仿真”则是没有原型的复制品的复制品,他们往往是集中创造并统一控制的。鲍德里亚认为世界正越来越多地以仿真为特征并受其支配,与里茨尔关于“虚无的全球扩散的宏大叙事相一致”。环顾我们四周,虚无已经渗透入我们日常生活的方方面面。我们的躯体被大量虚无产品包裹着,李维斯牛仔裤、耐克球鞋、古奇手表、三星手机,“甚至当我们晚上入睡时,即使我们裸体睡觉,也可能处于虚无产品的包围之中”(某种品牌的床垫、床单、散发着橘子香味的某种牌子的洗衣粉等)。

里茨尔用电影《一小时快照》(One Hour Photo)为例,生动地分析了虚无作为一种社会结构,已经成为我们(特别是高度发达的消费社会)生活当中习以为常的一部分。位于一家大超市之内的一小时成像照相馆是虚无地点的绝佳例子。这里来来往往的人流、望不到头的货架、各种各样在广告中出现的商品、冷淡的经理和收银员,使得人们不可能将此地当成任何有认同感的场所。来此购物的人都抱着明确的目的,并匆匆忙忙的。而当帕里什“一反完美虚无人的常态,试图以一种更有人情味的方式与顾客交往时,他们的反应反而很不舒服”。当他再往前迈一步,试图介入顾客的生活当中,维护那个“理想”家庭的纯洁时,他给自己招来了极大的风险。因为,“我们的社会和我们生活的规范就是无所不在的虚无”^{[5](17-18)}。

虚无人并不是指不存在的人,而是指在其工作职位上对待主顾例行公事、没有情感、没有个性或人性化关系的人。这正是为什么一些新闻播报员开始用动漫美女来替代,某些商场里的导购员开始试图以机器人来取代的原因之所在。事实上,我们在超市浏览、挑选商品的时候,我们所期待的也是虚无人所提供的最简洁的服务。如果服务员试图套近乎似地热情地介绍某一产品,人们往往会怀疑其背后的利益动机。自动存、提款机受到普遍的欢迎也显示了虚无人与机器所提供的此类服务之共性。现在的问题是,当有一天,

技术发达到足够满足我们各方面的社会需求时,人与人的关系还会剩下什么呢?几年前,网络性爱还是一个难以想象的事情,而随着网络技术的进一步发展,我们将会看到,人们食色性等需求的满足,有相当一部分会转移到网上或直接通过网络来获取。需求是联系人际关系的纽带,当机器可以满足人们的需求之时,是否也意味着人与人之间虚无的进一步扩张?

我们身边越来越多的超级市场、购物中心、连锁商店、飞机场,几乎已经没有任何本土地域的历史、传统特征,而呈现出全球性的标准化面貌。地点是“在时间和空间上具有本地特色文化的”^[6],当地点被切断了其植根于历史文化以及社会关系的根基时,地点成为一个个可以任意移植、复制或重建到任何其它地方的“场所”^[7],世界则开始转向一个由“无序流动的空间”所支配的社会^[8]。这就是该书作者所描述的虚无地点——一个相对无时间特征的、去人性化的、无特色的、无丰富情感联系的场所。对全球本地化倍感亲切的汤姆林森也意识到了今天跨国旅行中的文化“隔离”:从标准化的飞机场终端到标准化的五星级酒店,到专为游人开放的旅游景点、纪念品店,再回到飞机场终端,旅游者极少有可能去遭遇到真正的文化差异^[9]。而以上提到的这些地点无疑都是虚无地点的代表。在这些虚无地点间的旅行往返,似乎就像是行动在已由巴氏消毒水精心消毒过后的花园里,安全与舒适确实是得到了保障,但草木原初的生命力也同时被扼杀了。

与虚无对应的概念是实在。“无论是实在还是虚无都不是任何地点、商品、人或服务所固有的”。里茨尔谈到,当大部分事物都能被定位于“实在—虚无”序列中的靠近任一端的某一点上,还是有部分事物不能被完美地纳入进这个分析体系中来。然而,作者对“虚无一实在”序列的操作化,却有利于澄清全球化理论当中概念混淆的问题,为这个宏大、包罗万象的理论体系提供了一个有力的、清晰的分析工具。

二、虚无与全球化

增长全球化往往与虚无之物的扩散相关,而全球本地化则更多的与实在之物相联系。由于不像虚无地点那样具有高度的流动性,与地点相关的实在之物因而是稳定的,体现着本地的历史文化特色,并在缓慢的形成过程中扎根于本地深厚的人情关系之中。作者例举的实在之物,包括墨西哥小镇生产的手工陶制品,本地厨师用新鲜原料烹制的当地菜肴,等等。在全球

化的影响下，虚无有着向全球扩散的趋势，也就是说，实在之物有转变成为虚无之物的趋势。在我们日常生活中常见的有：年轻一代开始养成喝瓶装果汁而非本地出产的水果的习惯。不仅因为瓶装果汁更简便省事，而且，某种品牌还往往是一种生活方式和时尚的象征。另外，作者在全书结尾处也提到，难道“消费者都是判断上的傻子吗”^{[5](293)}？非也。作者认为，随着虚无之物越来越成为最普遍的选择，选择实在之物的机会将会越来越少。同时，年轻一代对实在形式的接触与经历会越来越少，因而，这类选择就成为一个经历和习惯的问题而非智力的问题。

现在的问题是：虚无跟全球化有什么关系呢？也就是说，为什么是虚无，而非实在，更容易被扩散和传播？虚无又是如何取代实在的？作者对此进行了详细论证，其要点如下：

第一，实在之物本身的独特性和其与本地的密切联系决定了它的难以复制性。虚无能够被扩散和传播，正在于它的历史、传统、人情味等难以被复制的成分都被抽离出来了，成为无时间特征、失去本地联系、去人性化的一般的东西。具有以上特征的虚无之物，包括虚无地点、虚无人、虚无服务和虚无产品可以轻易地被移植到世界上任何地方，进行大量的复制和克隆。而实在之物，由于其强烈的地域特征和独特的历史传统，在其复制、扩散的过程中往往会遭遇到更多的文化抵触。

第二，以上原因又进一步决定了对虚无的复制是低成本、高效率的。例如，麦当劳快餐店在全世界的连锁店，基本上是按照标准化的、预先设定好的程序来建立。每一道程序都体现了“合理化”的原则。虽然各地的麦当劳快餐店可能会根据当地口味和文化的特殊需求有所微调，这也无法撼动整个连锁店的标准化模式。

第三，对虚无进行复制的成本的降低，一方面促使其大批量生产，另一方面则促进了虚无产品的广告的盛行。最后，在人们的日常生活当中，虚无成为不得不选择的选择。与之相反，对实在的追求则由于其稀少而变得无比昂贵。例如，不久前，从湖南卫视的“超级女声”引发的一场关于雅文化和俗文化之争，正反映了实在之物衰落的原因。欣赏雅文化不仅需要付出更高的市场价格(门票)，而且还要求欣赏者经历过一定的素质培养和学习，才能领受其艺术之美。这就提高了成本，使得受众的范围大大缩小。反过来，受众的减少又更增加了演出的成本。

第四，虚无取代实在主要是通过抽离机制：虚无在全球扩散的推动力，来自以麦当劳化、美国化和资

本主义三大力量为主的增长全球化。

吉登斯认为，在现代技术的支持下，时-空分离导致了社会体系与其具体时空条件的脱域/抽离。通过抽象系统作用的抽离^②^[10-11]过程从本质上说无中心的，因为它割断了自己与传统所依赖的地域的有机联系；通过抽离机制，实在之物被切断了与其历史、传统和人情联系的关系，成为了一个空壳的虚无，才能无阻碍地存活于世界上的任何角落。虽然该书主要是以消费社会为研究对象的，但虚无绝不仅仅限于消费领域。教育、医疗、政治、媒介文化领域的麦当劳化已非常普遍。麦当劳化是产生虚无的一个特别强大的因素。里茨尔继对社会的麦当劳化之研究之后，在该书中进一步提出：“麦当劳化、美国化和资本主义是增长全球化的主要推动力，并对虚无在世界范围的扩散具有重大意义。”

所谓麦当劳化，作者指的是“快餐馆的指导原则支配了美国社会和日益增长的全世界其他社会越来越多领域的变化过程”。而这一指导原则，就是“效率、可计算性、可预测性与控制，特别是通过非人工技术取代人工技术，以及伴随这个变化过程的貌似必然的合理性中的非合理性”^{[5](116)}。里茨尔延续了马克思·韦伯的传统，推进了对形式合理性和科层制的探讨，认为全世界许多国家，以及每个国家内部无数的子系统，都正在经历麦当劳化的过程，而这个跨国界的变化过程，越来越独立于任何一个特定的民族国家的控制^[12]。在日常消费之外，诸如高等教育(“麦”大学)、政治、宗教以及刑事司法之类的领域，快餐馆的管理组织原则得到了很好的应用。网络大学教育更是虚无的一个极端例子。网络学校通过可计算、可预测的和可控的程序加以建立，其教学过程中对效率的追求和人际交往的缺失，使得“教育”完全成为工具理性的代表，而在这一过程中，丧失的是成员之间的情感联系和成员对学校的认同感。“在有限的几个原则之上，创建一个几乎在世界任何地方都可以复制的形式模型”，麦当劳化的逻辑比其他种类的管理模式具有更大的竞争优势，而且更容易自我复制^{[5](118-119)}。

效率和合理性原则对媒介文化领域的渗透，导致了电影、电视节目类型化、模式化运作的趋势，并促进了虚无在文化、经验领域的扩散。好莱坞电影是合理性原则下的一个典型产物。不仅电影制作流程按照标准化和效率优先的原则，而且电影的内容也依照西部片、言情片、情节喜剧、心理片、警匪片等类型的划分而呈现一定的模式重复性。在我国，电视节目，尤其是娱乐类节目的创新成本越来越高，原创节目(如快乐大本营[®]等)在获得商业成功后，通常在极短的时

间内就被各省市地方台加以模仿或稍加改装。这说明了该类电视节目本身由于遵循的是效率和合理性原则,被淘空了“实在”内容的虚无空壳极其容易被无限自我复制。如果我们在此再稍作探讨,我们可以联系目前文化全球化领域里具有争议的差异性和同质性的问题,看看地方性媒介文化产品的崛起是否标识着一种自下而上的全球化,或者说,代表着本地文化的差异性和混合性。根据作者在《虚无的全球化》中所论述的观点,我认为,韩国、拉美等地区的流行音乐或电视剧在全球的传播虽然从流向上是反向的(counter-flow),但他们作为商业文化机构运作的成品,恰恰是体现了主流的意识形态如消费主义,并在运营模式上复制了西方跨国公司的标准化、模式化制作,因而是自上而下的全球化的一部分。可以说,这些文化产品里所体现的“本土特色”是以被淘空了其传统民族价值的抽象文化元素组合而成的。而其“差异性”,更多是一种市场策略,或者说,增加了其在全球文化市场的价值。在这类地域性信息文化产品崛起的背后,是人格化资本所推动的资本逻辑,以及诉诸于人类本能欲望的消费文化^{[13](236-248)}。

提到人格化资本的渗透能力,里茨尔在该书中当然也不会忽视资本主义对虚无扩散的强大作用。“没有任何力量比资本主义对增长全球化起到了更多促进作用”^{[5](112)}。马克思在一百多年前论述资本主义的本质的时候,就已经预言了资本主义市场经济体制所包含的全球化的可能前景。今天,用大型货机和货船、远程通信,特别是因特网等技术装备起来的跨国公司,已经将其触角深入到全球各个有利可图的角落,一方面利用当地廉价的原材料和劳动力,大幅度降低产品生产的成本,另一方面则通过广告、电视节目等媒介大力推广消费主义的生活方式,以便进一步开发潜在的消费市场。以资本主义为核心推动力的增长全球化是“常规和惯例(即同质性)跨国界扩张的一种的形式”。在这一过程中,来自美国的公司制度及其遍布全球的产品往往成为资本主义的强有力的代表,而常常让人产生资本主义或麦当劳化即等于美国化的幻觉。以好莱坞电影、NBA 篮球、可口可乐、蓝色牛仔裤、迪斯尼主题公园、星巴克咖啡馆等为代表的美国文化在全世界的扩散极易使人认为,今天的全球化就是美国化。

然而,美国化对虚无扩散的推动,不如麦当劳化与虚无之间的关系明确。事实上,美国化的内涵要大于以上两个概念。美国化可以定义为“美国的思想、习俗、社会模式、产业与资本在全世界的传播”^{[5](119)}。“美国化内在地包含实在现象——尤其是美国基本的特征

和价值观,充满了它的所有形式”^{[5](124)}。那么,为什么美国化的许多形式,会对世界其它地区具有吸引力呢?这并非仅仅出于它们的“美国特征和根源,而且因为它们已被证明,对许多其它文化和国家,具有特殊的可塑能力和适应能力”^{[5](125)}。也就是说,这些形式,往往可以脱离美国的地域、传统联系,在其它地方以不同的方式被重新构建起来,而较少遭遇当地文化的抵抗。因此,美国文化成为很多地方本土、本国文化之外的另一种选择,成为每个人的“第二文化”^{[5](126)}。

作者提出,资本主义、麦当劳化和美国化都是与虚无在全世界的扩散有着深刻联系的增长全球化的过程。资本主义主要在经济领域,麦当劳化主要在经济和文化领域,而美国化主要在政治和制度领域对全球其他民族国家和地区发挥着深远而全面的影响,并对各地的本土文化造成威胁^{[5](126-130)}。依次逻辑推论,文化多元化确实只不过是“诗人的幻觉”^[13],而全球本地化是增长全球化过程中一个必经阶段而非反面例证或抵抗性力量。

三、“虚无的全球化”的影响

以上讨论了虚无较之实在,更容易被传播和扩散的部分原因在于虚无之物“比较便宜、方便、效率”,而虚无之物遭到批评的原因,以文化帝国主义和后殖民主义的视野观之,则是因为它们往往代表了以美国为首的西方资本主义意识形态的控制。事实上,我们从上文中对麦当劳化、资本主义和美国化三个概念的辨析中也已经了解到,虚无之物往往已脱离与任何民族国家的联系,而被改造成了可以适应几乎任何地域的空洞的形式,从而战胜了实在,通过无限的自我复制获得了全球性的扩散。“虚无的全球化”已超越了文化帝国主义之类的理论所提出的传统的民族国家之间霸权与反霸权的范畴,表达了对世界文明前景的忧虑,以及虚无形式对文化创新能力之扼杀的深切担忧^[12, 15]。

作者认为:首先,本地性是文化创新的土壤。随着本地性正在从世界舞台上迅速消失,正在被逐渐掺入增长全球性的虚无成分,真正独特的东西将会来自哪里呢^{[5](152-153)}?全球本地性事实上是增长全球性和本地性的某种结合。用更通俗化的语言来说,就是市场经济体制对本土的全面侵蚀。经过商品化浸淫后,本土一切独特的东西都被改装成了可以最大范围进行销售的商品。因此,全球本地性产生的创新事物,从一开始就会受到增长全球化的渗透和影响,从而在本质

上限制了本地性的文化创新能力。而随着虚无之物的激增，实在之物的生存空间越来越小，存活代价越来越大。这就是目前全球化的基本趋势。虽然作者也提出了，随着本地性的消失，文化创新的最佳希望，可能将孕育在全球本地性的区域间相互作用之中^{[5](153)}，但起码目前为止，这还只是一种未经证实的希望而已。

其次，作者还提到，随着虚无的全球化，“最终，我们除了购物几乎没有别的事可做”了。虚无对实在的无孔不入的扩张，商业设施对博物馆、教堂、医院、学校、图书馆等的渗透，使我们开始生活在一个空洞的、没有魅力的世界，深陷于对信用卡、网络等机器服务的依赖之中。同时，我们将面临一种奇怪的匮乏，即物质的极大富足中的匮乏。“那些自远古以来，就对人们具有重大意义的东西，不是正在消失，就是全部或部分地被改变成了虚无之物。世界的这种贫困，却荒谬地与世界充斥着前所未有地数量和种类的（虚无）地点、产品、人、服务同时发生”^{[5](196)}。互联网上大规模的消费网站作为一个典型的虚无地点——具有高度流动性，无情感联系，无地域、时间特征，提供着典型的虚无服务，全天24小时向世界各地的人们兜售着种类繁多的虚无产品。这类集中地创立并控制的网站，不但用虚无人取代了人的服务，“而且又前进一步，把人完全取消了”^{[5](182)}。这样，我们又回到上文中提及的问题，即虚无对人际关系的渗透，是否会加大我们生活的匮乏感，将人类驱逐入一个只剩下机器、产品和消费的，情感枯竭的荒漠？

虽然作者的立论点是建立在对发达国家，即高消费社会的观察之上，但如果我们细心反思我们社会在现代化和全球化的双重影响下发生的各种变化，不难捕捉到虚无的全球之趋势已悄然降临我们身边。以我们日常生活当中最平凡的节日为例我们将看到虚无对实在的取代，以及在跨文化传播中虚无较之实在更易被扩散的事实。民族传统节日是构建“想象的共同体”的一部分。很多传统节日都蕴涵着民族起源的意识或一定的民族价值观念。如端午节，其渊源始自纪念爱国诗人屈原，传达了百姓对屈原的爱戴和对正义、正直等美好品质的赞美之情。民间自古流传的划龙舟、包粽子的习俗也与此相关。从前，这类节日的意义是一代一代口传下来的。在汨罗江附近长大的我，就是从老一辈口中听到这些民间故事才明白包粽子的含义^④。随着中韩两国争夺端午节的文化遗产权，商业化运作的赛龙舟活动的开展等，我们看到这个节日开始更多地被当作一个获取商业利益，或提升国家形象的一个契机。节日与本地传统、民间传说、文化价值的联系越来越被淡忘，或被商业化力量所利用。这样，

今天的很多传统节日，事实上已从实在转变成了虚无。节日往往成为人们休闲、消费的借口而已。而无孔不入的商家也正利用这些节日来制造更多的消费机会。例如，近几年突然盛行的圣诞节，并非表明了我国基督教的兴盛，而是显示了消费主义意识形态的强大。很多在平安夜晚上出门聚会喝酒、采购、互赠礼物的人，可能并不清楚圣诞节的宗教含义，却兴高采烈地把口袋中的钱用出去。而“七夕”情人节忽然被构建出来，我认为，并不完全如那些颂扬“全球本地性”的学者所认为的那样，是对以西方情人节为代表的洋节的本土抵制。在包办婚姻制度盛行和等级森严的中国古代社会，“鹊桥相会”是一个歌颂自由、美好爱情的民间传说，七夕并非一个民间节日。

构建“中国情人节”的机构，主要是各种消费型网站，和与信用卡制度相联系的电子邮件和手机短信等媒介。“七夕”的美好内容被转化成一个空洞的借口，借以直接推销青年时尚产品。吕新雨^[16]在他关于“春晚”的最新文章中，对春节这我们民族最重要的传统节日所蕴涵的巨大商业利润做了详实的分析。总之，曾经深深植根于民族、地域文化之中的各种传统节日今天已部分成为虚无之物，其象征含义或被消费主义意识形态所遮蔽，或被其利用。

很多哲学家如海德格尔、康德、萨特等都对虚无倍感兴趣。但无疑他们每个人的“虚无”是有不同内涵的，需要区别对待。

联系我国加入全球化的发展现状，如果有人认为虚无的全球化离我们还有一段距离，那么，套用《等待戈多》的作者贝克特的一句话：“没什么比虚无更真实的了。”实在之物的衰落和逐渐消失，使得我们生活的世界逐渐只剩下真实的虚无，和在虚无中的匮乏。

四、“虚无”概念的意义

“虚无——实在”序列的提出具有深刻的学术意义。首先，虚无概念具有高度的概括性。作者自己提出，虚无与实在两极模式的创立，是在二元对立的基础上，西方社会学长期传统的一部分。相比于其他类似的著名类型学模式如斯宾塞的军事——工业，涂尔干的机械团结——有机团结，贝克的神圣——世俗等，虚无——实在是一个更为恰当的关系，其关切点也更加有针对性。就全球化理论而言，虚无这个概念概括出了麦当劳化、美国化、以及全球化的内容特征及其发展趋势，成为分析全球化的新的理论工具。就全球同质化或异质化的争议而言，虚无概念也将有助于弥

合两派的分裂与矛盾,澄清全球化理论的混乱。其次,虚无概念具有一定的解释力度。不仅仅是在社会、文化领域,“虚无的全球化”对新媒体的研究也有一定的启发和借鉴作用。关于互联网,作者已在书中专门分析了消费型网站的虚无特点。此外,虚无概念还能运用到对移动电话的研究当中。例如,当下流行的群发“段子”和拜节短信,就十分符合“虚无”的特征。移动电话把人从地点的束缚中解脱出来,逐步使人失去本土地理的联系。经由媒介中介的交际过滤了许多与自然人相联系的信息渠道如体态、手势、眼神等。使得这类交际中的实在成份减少。而短信的互动则带有虚拟或半虚拟的特征,使人与人的互动,从某种程度上变成人与机器打交道。最后,该概念还恰当的反映出现代的文化精神特质。被虚无物品所包围的现代人,越来越缺少“深思”的机会和环境。人们生活很忙碌,内心却难以得到真正的满足感和精神滋养。这就是富足中的匮乏。形而上的生存如文学、诗歌的消失成为必然的趋势,因为它们赖以存在的“实在的”本土地理环境在渐趋消失。而实在是提供认同的根基。因此,虚无的扩散和实在的萎缩使得所谓身份认同的议题成为当下学术研究的热门话题。

注释:

- ① 虚无的原文为: nothing, 而实在的原文为: something。
- ② Disembedding, 抽离, 详见参考文献[10]; 也有人译为“脱域”, 详见参考文献[11]。
- ③ 虽然“快乐大本营”的节目形式在国内属于创新性的, 但其实它也是借鉴了西方同类节目的原型。
- ④ 一种解释是要将粽子投入江河中喂鱼, 这样, 喂饱了的鱼虾不会去吃屈原的尸体, 以示对诗人的怀念和尊敬。无考证。

参考文献:

- [1] 伊曼纽尔·沃勒斯坦. 现代世界体系[M]. 北京: 高等教育出版社, 1998.
- [2] 萨米尔·阿明. 不平等的发展——论外国资本主义的社会形态[M]. 北京: 商务印书馆, 2000.
- [3] Robertson R. Globalization theory 2000: Major problematics [C]/Ritzer G & Smart R. Hanbook of Social Theory. London: Sage, 2001.
- [4] Featherstone M. Undoing culture: Globalization, Postmodernism and Identity. London: Sage, 1995.
- [5] 乔治·里茨尔. 虚无的全球化[M]. 上海: 上海译文出版社, 2006.
- [6] Auge M. Non-places: Introduction to an anthropology of supermodernity [M]. London: Verso, 1995.
- [7] 杨伯淑. 社会网络化与地域场所化[C]//北大新闻与传播评论·第一辑. 北京: 北京大学出版社, 2004.
- [8] Castells M. The Rise of the Network Society [M]. Oxford: Blackwell, 2000.
- [9] 约翰·汤姆林森. 全球化与文化[M]. 南京: 南京大学出版社, 2002.
- [10] 安东尼·吉登斯. 生活在后传统社会中[C]//自反性现代化. 北京: 商务印书馆, 2001.
- [11] 安东尼·吉登斯. 现代性的后果[M]. 南京: 译林出版社, 2002.
- [12] 杨伯淑. 全球化: 起源、发展和影响[M]. 北京: 人民出版社, 2002.
- [13] 杨伯淑. 人性、因特网与全球传播的普世文化内涵[C]//雷跃捷, 哈艳秋. 新闻传播学前沿 2004. 北京: 北京广播学院出版社, 2004.
- [14] 杨伯淑. 现实的虚拟和虚拟的现实: 社会人际关系网对电子媒介的扩散与应用的影响[A]. 苏志武、丁俊杰主编. 亚洲传媒研究 2004. 北京: 中国传媒大学出版社, 2005: 1-12.
- [15] 杨伯淑. 从国际传播到全球传播: 跨国公司的介入及其影响[J]. 新闻与传播研究, 2003, (3): 29-38.
- [16] 吕新雨. 仪式、电视与意识形态[J]. 读书, 2006, (8): 121-130.

Nothing, something and globalization: on the globalization of nothing

LI Li

(School of Foreign Languages, Changsha University of Science and Technology, Changsha 410114, China;
School of Journalism and Communication, Peking University, Beijing 100871, China)

Abstract: *The Globalization of Nothing* by George Ritzer conceptualises the process of globalization of “nothing”, which becomes a powerful category for the analysis of the global integration. Ritzer also combines “grow” and “globalization” into “grobalization”, which implies that the impetus to grow promotes the diffusion of nothing. The publication of this fascinating book offers a brand new theory that helps clarify the analysis of globaliztion.

Key words: nothing; something; globalization; grobalization

[编辑: 颜关明]