



湖北经济学院学术文库



大众文化政治研究

DaZhong WenHua ZhengZhi YianJiu

徐 勇◎著

湖北长江出版集团
湖北人民出版社



湖北经济学院学术文库



大众文化政治研究

DaZhong WenHua ZhengZhi YianJiu

徐 勇◎著

湖北长江出版集团
湖北人民出版社

鄂新登字 01 号

图书在版编目(CIP)数据

大众文化政治研究/徐勇著.
武汉:湖北人民出版社,2008.9

ISBN 978 - 7 - 216 - 05558 - 1

I. 大…

II. 徐…

III. 文化学:政治学

IV. G05

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 040250 号

大众文化政治研究

徐 勇 著

出版发行: 湖北长江出版集团
湖北人民出版社

地址:武汉市雄楚大街 268 号
邮编:430070

印刷:湖北立龙印务有限公司
开本:787 毫米×1092 毫米 1/16
字数:246 千字

经销:湖北省新华书店
印张:12.75
插页:1

版次:2008 年 9 月第 1 版

印次:2008 年 9 月第 1 次印刷

书号:ISBN 978 - 7 - 216 - 05558 - 1

定价:26.00 元

本社网址:<http://www.hbpp.com.cn>

内 容 摘 要

在经过十多年的发展后，中国的大众文化研究逐渐走向成熟，许多深层次的理论问题一一暴露出来，大众文化政治问题就是其中的一个。可以说，“政治”一直是大众文化研究或隐或显的主题之一，这个主题需要思考的是：大众文化问题是在什么意义上成为政治问题的？它的内涵是什么？应该怎样认识和评价这种内涵？在某种意义上，研究大众文化政治不仅是一个理论探讨的问题，它还是一个思想解放的问题。然而目前关于这个问题的系统的研究还比较缺乏。本书将从这种问题意识出发，分别从商品、语言和美学三个维度入手对大众文化政治进行研究，以求达到理论探讨和实践分析的双重突破。本书共分四章：

第一章梳理大众文化研究的基本概念和理论范式。“大众文化”本来是一个西方语境中的概念，但在文化研究成为前沿显学的时候，中国学界常常把大众文化当成一个不言自明的概念在使用。然而任何一个社会的词语都不是纯粹中性和客观的知识，它背后都隐藏着政治利益和权力斗争。西方大众文化研究在选择用 popular culture（褒义）还是 mass culture（贬义）来命名大众文化的时候，更多地是出于立场与评价方面的考虑。例如阿多诺使用的是 mass culture，甚至是 culture industry（文化工业），洛文塔尔则是 mass culture 和 popular culture 混用，而到了当前的费斯克等人则完全舍弃 mass culture 而使用 popular culture。这个用语的转变体现的是对大众文化认识和评价的转变，即从否定大众文化（法兰克福学派主流）到肯定大众文化（英美文化批评）的转变。大众文化这个西方概念在进入中国语境时不可避免地民间文化、通俗文化、革命性大众文化等概念发生语义上的纠缠，为了捍卫大众文化的独立性，肯定其积极的政治潜能，一些学者有意识地把大众文化与其他相似概念区分开来，并且对大众文化进行了现代意义上的界定。接下来，本章着重梳理了大众文化研究范式转换的历史，总体来看，它表现为从注重政治经济学批判的社会分析向注重符号解读的文化研究转换的过程。不同的研究范式对应着不同的政治立场。当前大众文化研究所处的困境之一是批判的弱化和政治关怀的空洞化，学界有种观点认为这种不良状况是由社会分析的退场和符号解读的兴起导致的，由于政治经济学范式可以做到对文化和社会进行细致深入地分析，并且将这种分析建立在坚实的社会实践基础之上，因此它能够在很大程度上弥补当前文化研究的某些不足。这种观点可以说切中当前大众文化研究的弊端，但是我们认为，如果社会分析的再出场就意味着符号解读

的退场，那么我们又将失陷在另一种历史话语的迷宫之中。要解决这些复杂的问题，在学科上必须实现政治经济学与文化研究的统一，在研究范式上必须实现社会分析与符号解读的统一。本章最后本着这种范式理想，以改革开放后的中国社会为个案分析了社会结构与大众文化功能之间的对应关系：如果说现代社会的中间层是整个社会的政治稳压器，那么中间层所代表的大众文化也是文化意识形态领域的稳压器，稳压器的作用就是削峰填谷，所以大众文化既反对保守，也反对盲目的激进。

第二章从商品维度入手分析大众文化政治。与传统文化形式相比，大众文化具有一种赤裸裸的商品性，它力图通过大众对批量化生产的文化产品的消费与其他商品一样实现利润最大化，并且大众文化从来都不否认自己与资本的紧密联系，然而正是因为大众文化所具有的商品性这个特殊属性才使得它与传统文化形式区分开来。从这个意义上看，文化商品化是大众文化研究首先需要面对的问题。文化商品化到底是导致了艺术堕落和专制统治还是促进了文化普及和民主自由，这是学界争论的焦点。法兰克福学派正统思想认为艺术向商业屈服甚至献媚是艺术最大的堕落，这种堕落的结果就是负载着资本主义统治意识形态的大众文化的制造与流行。我们之所以要把精力首先集中在文化商品化的历史考察上，其中一个重要原因就在于法兰克福学派对文化商品化的批判深深地影响了中国知识分子对于文化商品化的认识，进而左右了中国知识分子对大众文化的判断。单纯的争论是无济于事的，这需要对文化商品化的历史进行深入地考察。文化发展的史实表明，文化商品化促进了文化公共性的兴起，这主要表现在以下三个方面：其一是作为文化生产者的公共知识分子的产生；其二是作为文化传播者的大众传媒的产生；其三是作为大众文化消费者的市民阶层的产生。文化公共性进一步促进了政治公共性的产生，但是通过商品化而得以暂时逃脱政治束缚的文化却又面临着落入资本圈套的危险。在消费社会语境下，如何正确认识批判精神与消费意识的关系，如何保持公共领域与私人空间的平衡在很大程度上取决于我们能否深入研究并且正确认识大众文化的符号政治经济学。

第三章从语言维度入手分析大众文化政治。后现代社会的特征并不仅仅是“经济变成了文化，文化变成了经济”，从某种意义上说，它更表现为“传媒变成了文化，文化变成了传媒”。科技的每一次飞跃都会带来传媒的巨大发展，传媒的巨大发展及其对大众文化的深刻影响则又会反过来促使人们不断地修正对传媒和文化的认识，而每一次这样的修正都是以更为广泛的语言理论变革为思想背景的。法兰克福学派的弗洛姆等人从卢卡奇的总体性思想和弗洛伊德的精神分析理论出发，把语言定位为社会意识的过滤器，这个比喻暗示了语言的单向度特征。马尔库塞进一步揭示了单向度语言得以实现的秘密，即抽掉历史和反对抽象，他认为惟一能有效对抗单向度语言的办法就是重新引入历史维度和辩证法。

单向度语言已经渗透到日常生活和大众媒介的领域，阿多诺就对广播和电视等单向度媒介进行了批判。这个历史阶段是马克·波斯特所谓的第一媒介时代，它的语言理论背景是结构主义语言学。随着语言理论从结构主义向后结构主义的转向，互文性理论对大众传媒的研究产生了深远影响，受众研究被推向了前台。以霍尔为代表的理论家们逐渐认识到文本的意义并不是编码者单向决定的，它取决于编码者与解码者之间的对话，文化和传媒是一种活动、一种过程和一种意识形态斗争的场。再后来，作为第二媒介时代之标志的互联网的发明使互文性在文化实践中真正得以实现，文本进一步发展为超文本，超文本不仅解构了逻各斯中心主义，更重要的是它赋予了大众更多的表达政治诉求的话语空间。尽管学界对于大众传媒的民主性存有争议，然而不可否认的是，随着传媒技术的日益发展，大众获得了越来越多的知情权和话语权，我们不能苛求大众传媒，因为绝对的民主和平等只是遥远的乌托邦。

第四章从美学维度入手分析大众文化政治。美学在诞生之初是关于感性的学问，它自启蒙运动以来一直是哲学竭力进入生活世界的途径。审美一直被界定为普遍与特殊、理性与身体冲动在“心灵法则”之下发生潜在冲突的领域，这样美学就不得不关涉到意识形态，从这个意义上讲，现代美学在根本上就具有了政治性。身体快感作为一个与艺术美感相对的范畴，从某种意义上说就是大众文化的美学。随着身体美学的兴起，快感在大众文化时代日益成为一个政治问题。从阶级政治的角度看，在什么情况下快感会被知识分子视为“革命的”？而又是在什么情况下快感会被革命的知识分子视为“统治的”？在商品这个黏合剂的作用下，作为美学的快感如果与政治合谋，即所谓的“政治美学化”，快感被张扬甚至泛滥，那么快感就倾向于成为统治的工具。而在“艺术政治化”情况下，即在极权社会中，快感被压抑甚至被否定，那么快感则往往倾向于成为革命的工具。再从性别政治的角度看，大众文化到底是女性反抗男权的斗争场，还是男权统治女性的新领域？或者说女性对自己性别特征的充分表露到底是女性权利的张扬还是仅仅满足了男性的窥淫癖？各方观点争执不下。然而问题的关键并不在此，因为任何性别政治都必然关涉到民族国家和阶级政治，性别问题的解决不可能脱离民族国家和阶级问题的解决而单独进行。

中国的大众文化研究发展到现在，面临的问题不是越来越少而是越来越多。对这些问题的研究要求我们摆脱非历史的和非语境化的研究模式，强调文化生产和知识生产的历史性和地方性，大众文化政治也只有放在具体的时间和空间维度中才能被准确地定位。从某种意义上说，对大众文化政治的分析不仅有利于把大众文化研究推向深入，还有利于打开一扇探究现代性问题的窗口。

目 录

导 论	1
第一章 基本概念与理论范式	7
第一节 大众文化概念界定	7
第二节 大众文化研究的范式:从社会分析到符号解读	17
一、从政治批判到文化批判:法兰克福学派的修正	17
二、从霸权理论到符号学:英美文化研究的转型	20
三、从分裂到复合:符号政治经济学的可能性	25
第三节 回到社会学:阶层分析与大众文化政治研究	28
一、作为意识形态的文化是经济基础的反映	28
二、80年代后中国社会阶层状况分析	29
三、新中间阶层的兴起及其文化的功能	33
第二章 商品维度的大众文化政治研究	40
第一节 文化商品化与公共性的兴起	42
一、文化商品化与公共知识分子的产生	46
二、作为文化传播者的大众传媒的产生	52
三、作为大众文化消费者的市民阶层的产生	57
第二节 文化商品化的辩证法	64
一、批判精神与消费意识的矛盾	64
二、公共空间与私人领域的矛盾	67
第三节 大众文化的符号政治经济学	71
一、政治经济学在消费社会的适用性问题	71
二、符号:作为统治的意识形态	78
三、符号:作为颠覆的意识形态	87

第三章 语言维度的大众文化政治研究	96
第一节 文化、媒介与语言:三位一体	97
一、文化媒介化与媒介文化化	97
二、媒介的历史:麦克卢汉和波斯特的划分	100
三、媒介作为语言	103
第二节 单向度:第一媒介时代的大众文化语言政治	105
一、结构主义语言学:批判理论的语境	105
二、单向度语言:马尔库塞的分析	108
三、单向度媒介:阿多诺的批判	110
第三节 互文性:第二媒介时代的大众文化语言政治	116
一、从结构主义到后结构主义:语言理论的转向	116
二、从单向度到互文性:媒介研究的深化	124
三、从文本到超文本:网络时代互文性的扩张	128
第四章 美学维度的大众文化政治研究	137
第一节 快感:大众文化的美学	137
一、美学的意识形态性	137
二、身体的遮蔽与去蔽:身体美学的兴起	142
三、从艺术美感到身体快感:消费社会的审美转向	145
第二节 快感的阶级政治	149
一、作为阶级统治的工具:快感的肯定性	149
二、作为阶级解放的工具:快感的否定性	154
三、快感政治的语境化	159
第三节 快感的性别政治	163
一、性别政治与两性关系	165
二、性别政治与民族国家	175
结 语	179
附 录	182
参考文献	188
后 记	196

导 论

从20世纪90年代初开始到现在,仅仅过了十几年的时间,大众文化研究在中国就已经成为前沿显学。大众文化研究之所以日益受到重视,至少有以下两个原因:其一是大众文化研究对大众文化实践的解释和指导作用。随着90年代初市场经济体制在中国的确立和发展,经济因素渗透到了包括文化在内的每一个社会层面,由此产生的大众文化问题已经潜移默化地影响到人们的生活状态和价值标准的选择,它逐渐成为生活中人们不得不关注的社会现象。与大众文化的蓬勃发展相比,大众文化研究却是相对滞后,文化现实亟待文化理论的充分解释和正确引导,因此对大众文化进行深入考察和研究,无论在理论上还是在实践上都具有极其重要的意义。其二是大众文化研究所关涉到的文化意识形态和知识分子话语权问题。如果回顾这十几年的大众文化研究历程,我们可以发现关于大众文化的言说以及由此言说建构的对大众文化的认识都是由知识分子完成的。具有悖论意味的是,作为精英文化代表的知识分子却对与其相对的大众文化发生了浓厚的兴趣,尽管这种兴趣有时是出于否定有时是出于认同。精英文化与大众文化的关系非常复杂,同样知识分子对待大众文化的态度也非常复杂,因而当我们追问诸如知识分子关注大众文化是出于何种目的,到底应该怎样认识大众文化的性质和功能,知识分子在不同的历史阶段对大众文化态度的不同又是出于何种原因等问题时,情况立刻变得微妙起来。面对微妙的权力关系和意识形态斗争,身处主流和大众之间的知识分子如何定位自己的社会角色和历史使命都是大众文化研究中无法回避的敏感问题。

其实从大众文化研究的历史来看,如何认识大众文化的政治一直都是一个富有争议的话题,每一个研究阶段和每一个思想流派对此都有不同的观点,这既反映了大众文化政治本身的复杂性,又反映了各个流派研究范式和价值立场的复杂性。对大众文化研究影响最为深远的理论家恐怕是葛兰西,他的霸权理论甚至被誉为“西方大众文化理论中的一块路标”^①。就哲学背景来看,葛兰西的整个理论体系都是建立在其“实践一元论”基础之上的。葛兰西认为,历史是由人的实践创造的,人的主体性在整个历史中起着决定性的作用,实践和历史的基础是人的主观意识与意志,哲学的目的在于实践。马克思曾经说:“哲学家们只是用

^① 陆扬、王毅:《大众文化与传媒》,上海:上海三联书店2000年版,第37页。

不同的方式解释世界，但问题在于改变世界。”^① 在强调哲学的政治性这一点上，葛兰西与马克思是一致的，他认为：“所有的东西都是政治的，甚至哲学或种种哲学也是如此，而惟一的‘哲学’则是行动中的历史，那就是说，是生活本身。”^② 实践哲学既是哲学也是政治，它是一种“政治的哲学”，也是一种“哲学的政治”。^③ 对于意识形态与经济基础的关系，葛兰西作了不同于经典马克思主义的理解，他认为意识形态不是被动地受制于经济基础，而是可以反作用于经济基础。在此理论前提下，葛兰西提出了他的“霸权”（hegemony）概念，他认为19世纪资本主义自由社会不同于此前的资本主义社会，在此历史阶段，统治阶级再也不是使用强制和武力手段来维护自身的统治，而是利用社会和文化上的领导地位，利用霸权作为手段，劝诱被统治阶级接受它的道德、文化和政治思想。霸权是在各种社会冲突背景下统治集团可以作用的各种社会控制模式的总和，霸权观念的关键是统治者以非暴力和非强制的方式让社会个人自愿地接受其世界观。霸权产生于社会冲突，是冲突双方共同认可的一系列观念，“（霸权）这个概念的精微与深刻之处在于：葛兰西感觉到了现代西方资产阶级民主社会（或市民社会）中支配方式的新形态，即它比以赤裸裸的武力为基础的统治权力更为含蓄、复杂、多元，尤其是它暗示了新的统治形式常常是以被统治者的默许与乃至配合为基础的”^④。由此可见，葛兰西的理论暗含了以下观点：大众文化并不是简单的单向度的支配结构，而是一种复杂的多向度的权力场。葛兰西的霸权理论为大众文化研究奠定了基础，它不但与法兰克福学派的大众文化批判理论遥相呼应，而且深刻影响了英国以及其后的大众文化研究。

从某种意义上说，作为大众文化研究另一重要理论资源的法兰克福学派批判理论也是对资本主义新型统治方式的回应，对此有学者指出：“霍克海默在倡导他的哲学和社会理论时，就提出他的理论同‘传统理论’是格格不入的，因为‘传统理论’置身于资本主义社会再生产自身的专门化劳动过程之中，从既定事实出发而屈从于资本主义的现存秩序，相反他的‘批判理论’则超越现存资本主义的劳动分工和再生产机器的限制，从而能够揭露资本主义的固有矛盾，得出否定和推翻现存社会再生产过程的革命结论。”^⑤ 法兰克福学派认为，随着科学

① 马克思：《关于费尔巴哈的提纲》，《马克思恩格斯选集》（第一卷），北京：人民出版社1972年版，第19页。

② 葛兰西：《实践哲学》，徐崇温译，重庆：重庆出版社1990年版，第41页。

③ 参见陶东风：《文化研究：西方与中国》，北京：北京师范大学出版社2002年版，第312页。

④ 陶东风：《文化研究：西方与中国》，北京：北京师范大学出版社2002年版，第321页。

⑤ 陆扬、王毅：《大众文化与传媒》，上海：上海三联书店2000年版，第19页。

技术的飞速发展和统治策略的不断调整,资本主义社会工人阶级的物质贫困已经基本消失,贫富差距迅速缩小,中产阶级社会逐渐出现,资产阶级的统治方式已经从赤裸裸的经济剥削转向了更加隐蔽的文化整合。令人痛心的是,随着物质贫困的消失,工人阶级也逐渐丧失了革命的冲动,并且日益适应既有的现实。这样,经典马克思主义政治经济学及其革命理论受到了严峻的挑战。与经典马克思主义关注经济基础不同,法兰克福学派更加关注上层建筑。这个重要的转向表明,资本主义的统治已经从物质层面深入到了精神的层面,与此相对应,资本主义社会的主要危机不再是经济的危机,而是精神的危机。资本主义社会越来越重视意识形态的统治力量,统治者把精神压迫和文化控制作为维系其统治的重要手段,用霍克海默的话讲就是:“在近几十年剧烈的阶级冲突中,虽然统治者们已经不得不越来越依靠现实的统治机器,但是意识形态对维系一个有崩溃之虞的社会结构来说仍然是相当重要的凝聚力量。”^① 这种意识形态统治不仅体现在生产关系中,还隐藏在日常生活和文化消费中,把“大众文化”重命名为“文化工业”是为了揭示被其遮蔽的意识形态功能:娱乐和休闲都成了意识形态的工具,大众文化实际上承担了维系资本主义社会体制的作用。这就是霍克海默说的:“必须搞清楚:口香糖并不消灭形而上学,而就是形而上学!”^② 大众文化被法兰克福学派的问题意识建构为统治阶级自上而下强加在大众头上的一种意识形态,是新形势下资本主义统治的新方式。这样,法兰克福学派实际上突破了以往把文化和艺术作为纯粹美学来看待的传统,转而将其作为一种意识形态来研究,商品性取代了艺术性,与此相对应的是:政治话语取代了美学话语。^③

从20世纪60年代开始的英国文化研究深受葛兰西影响,甚至出现了所谓的“葛兰西转向”。例如伯明翰学派的代表人物雷蒙德·威廉斯就曾指出葛兰西的“霸权”构想比经典马克思主义的“基础——上层建筑”理论优越,因为它促进了对社会整体范围内文化力量之间复杂关系的理解。^④ 文化研究最突出的特点就在于它一直以来都十分关注文化与其他社会活动领域之间的联系,而不是把文化作为一个孤立封闭的整体,特别是知识领域和政治领域发生的剧烈变动(例如学生运动、女权运动、种族运动、工人运动等等)使得文化研究更加关注文化

① 霍克海默:《批判理论》,李小兵等译,重庆:重庆出版社1989年版,第220页。

② 马丁·杰伊:《法兰克福学派史》,单世联译,广州:广东人民出版社1996年版,第199页。

③ 参见孙文宪:《批判理论和文化研究的“问题意识”》,《西北师大学报》,2007年第1期。当然这种政治话语不同于马克思的革命的宏大政治话语,它是一种关于文化的意识形态的政治话语。

④ 参见吉姆·麦克盖根:《文化民粹主义》,桂万先译,南京:南京大学出版社2001年版,第26页。

与社会现实,尤其是与政治之间的密切关联,自此文化研究进入了有意识的自我建构时期。关于大众文化的意义及其阐释,威廉斯将之归纳为以下三个问题:首先,是谁决定着大众文化?大众文化从何而来?它是来自民众自身,是他们喜怒哀乐和经验模式的自然表达,还是统治阶级强加于民的一种控制形式?或者是两者之间的一种相互作用?其次,如何看待商品化对大众文化的影响?商品化带来的是否只是文化艺术的堕落和有利于统治者的大众的“原子化”和“模式化”?或者文化商品化还有其他深刻的历史意义?最后,上述问题都指向大众文化的意识形态问题:“它是诱使大众接受并且追随统治阶级的价值观念,以使特权阶层延续并且强化对他们的统治,还是它表征了对现存社会秩序的叛逆和反抗?它是不是以某种隐蔽的形式和方法,表述了对统治阶级推行之意识形态的一种抵制,一种颠覆?换言之,大众文化纯粹是一个任凭宰割的底层阶级的自唱自叹,还是一个具有潜在解放力量的自足的资源,它提供了可能是完全不同于主流或官方文化的另一种视野和行为方式?”^①

大众文化研究在20世纪70年代发生了重大的转向。英国文化研究后期代表人物斯图亚特·霍尔在《表征》一书中曾经归纳出语言表征世界的三种方式:反映论的、意向性的和构成主义的表征方法。“反映论的”是指语言单纯反映已经存在于那里的关于物、人和事的世界的一个意义;“意向性的”是指语言仅仅表达说者或作者或画家想说的,表达他或她个人意向的意义;“构成主义的”是指意义是在语言中或通过语言而被建构的。霍尔特别强调,构成主义的方法近年来对文化研究产生了最重要的影响。构成主义方法的两个主要变种或模式是受到索绪尔极大影响的符号学方法以及与米歇尔·福柯联系在一起的话语方法。^②霍尔的这一思想极其精辟地概括了促使文化研究转向的根本动因,即社会学的构成主义、语言学的符号学和历史哲学的权力话语方法,而这一切发生的时代背景则是传媒化、后现代消费社会的来临。

在后现代思潮的冲击下,一切坚固的东西都烟消云散了,大众文化的政治也必须被重新认识。这一阶段大众文化研究的代表人物是约翰·费斯克。费斯克与法兰克福学派最大的分歧不在于大众文化产品的性质和功能,而在于如何看待大众接受的本质。在费斯克看来,文化不等于文化产品,文化是活生生的意义生产过程,在这个过程中接受者及接受的方式在很大程度上决定意义的生产。同样,大众文化也不等于文化工业提供的产品,这样一来,理论的焦点就从文本结构转向阅读实践,而分析的路径也从文本分析转向阅读实践分析,同时把大众视作大

① 陆扬、王毅:《大众文化与传媒》,上海:上海三联书店2000年版,第17页。

② 参见斯图尔特·霍尔:《表征——文化表象与意指实践》,徐亮、陆兴华译,北京:商务印书馆2003年版,第15页。

众文化的真正生产者从而赋予他以主动性。^① 把注意力转向受众是为了重新认识大众文化与社会变迁的关系以及深入挖掘它的进步政治潜能。费斯克认为,大众文化是被统治者的文化,它总是带有权力关系的印记,因而不能不是政治性的。在这里,宏观政治与微观政治的区别与联系,以及相应的激进的社会变革与大众的社会变革的区别与联系,是理解大众文化政治潜能与进步性的关键,然而实际情况却是“大众文化的政治经常遭受误解,而那些未能考虑到激进与进步之间、日常生活的微观政治与组织化行动的宏观政治之间的差异与关系的理论,往往没有认识到大众文化的进步性。大众在宏观层面缺乏激进的、直接的效力,并不意味着它是反动的、静止的、共谋的或被收编的;相反,大众文化的确指出了左派的学院与政治理论家所面对的一个主要问题,这些理论家一向专注于宏观的与激进的层面,这使得他们忽略(或更糟)、拒绝思考微观的与进步的层面。”^②

就大众文化研究的范式而言,费斯克倾向于以符号学解读的方式来挖掘大众文化的颠覆功能,不过,在费斯克把西方马克思主义语境中的沉重转换成了后结构主义符号学的轻松时,他又受到了文化研究中政治经济学范式的反击。这种反击集中表现在吉姆·麦克盖根和尼古拉斯·加恩海姆等人的论述中,他们认为文化研究已经陷入符号解读的游戏中而沦为民粹主义,从而丧失了应有的严肃的批判精神,丧失了有效分析社会和解决问题的能力。麦克盖根等人为了使文化研究走出困境而竭力鼓吹政治经济学批判的复兴,然而单纯鼓吹政治经济学而否定符号学恐怕也是行不通的。就大众文化的研究范式而言,无论是从历史角度看还是从逻辑角度看,两相结合的符号政治经济学都是一个不错的选择,这一点已经在鲍德里亚和布迪厄等人的研究中得到了一定的证明。提出问题和分析问题固然重要,但是大众文化研究并不满足于此,它更要求参与和解决问题:“‘文化研究不仅以描述、解释当代文化与社会实践为目的,而且也以改变、转化现存权力结构为目的。’这种描述与介入的双重承诺使得文化研究持有干预主义或行动主义的信仰。”^③ 不管葛兰西所推崇的有机知识分子的行动信仰能否真正实现,至少他们提出了问题,并且试图分析它,这本身就具有政治意义。

从国内外已有的大众文化研究成果来看,学界对以下三个问题比较感兴趣:其一是大众文化的商品化;其二是大众文化的媒介化;其三是大众文化的快感

① 参见陶东风:《超越精英主义与悲观主义——论费斯克的大众文化理论》, <http://www.culstudies.com>, 文化研究网站。

② 约翰·费斯克:《理解大众文化》, 王晓珏等译, 北京:中央编译出版社 2001 年版, 第 191 页。

③ 陶东风:《文化研究:西方与中国》, 北京:北京师范大学出版社 2002 年版, 第 12 页。

化。如果把大众文化当成一个动态的过程，则以上三个方面大致对应着大众文化的生产、传播和消费这三个环节。本书将分别从商品、语言和美学三个维度对大众文化政治进行系统研究，以求达到理论探讨和实践分析的双重突破。

第一章 基本概念与理论范式

第一节 大众文化概念界定

任何研究首先都要界定研究对象，然而我们的研究对象却不容易界定。对于“大众文化”这个词，斯图亚特·霍尔就曾经感叹道：“我想讲讲我在面对‘大众’这个术语时遇到的一些困难，我在‘大众’上遇到的问题几乎与在‘文化’上遇到的一样多。两个概念放到一起，困难会大得惊人。”^①然而，尽管霍尔所遇到的大众文化语义困难是如此之大，但这种困难也仅仅是“西方”这一重语境中的困难，而我们所面对的则是“西方”和“中国”双重语境中的困难。

众所周知，大众文化（mass culture/popular culture）本来是一个西方语境中的概念，但在文化研究成为前沿显学的时候，中国学界常常把“大众文化”当成一个不言自明的概念在使用。然而任何一个社会的词语都不是纯粹中性和客观的知识，它背后都隐藏着政治利益和权力斗争。以雷蒙德·威廉斯的《关键词》为例，尽管威廉斯在探讨关键词的词义时充分尊重历史的原则，然而他对词源学的考察仍然是出于他的政治目的。威廉斯的关键词与传统所谓客观的概念的不同之处就在于其语言背后隐含的倾向性，历史的原则也是为其倾向性服务的，因而有学者评论道：“威廉斯的功绩在于他通过一个个实例提醒我们，词语的使用既反映了历史的进程，也改变了历史的进程，它们始终与政治社会利益和合法性问题紧紧相联。”^②

因此我们在研究大众文化时首先有必要思考以下诸问题：“大众文化”这个概念是如何从西方翻译介绍到中国来的，其间发生了哪些语义变化？这个概念的西方所指与中国所指是同一对象吗？在引入西方这个词语时，它与中国本土的“大众化”、“大众文艺”等词语有什么样的差异和冲突？这个差异和冲突背后体现了怎样的权力关系？最后这个冲突是怎样解决的，结果是怎样的？这些关于大

① 斯图亚特·霍尔：《解构“大众”笔记》，《大众文化研究》，陆扬、王毅选编，上海：上海三联书店2001年版，第41页。

② 参见陆建德：《词语的政治学》，威廉斯：《关键词》代译序，北京：三联书店2005年版，第8页。

众文化语义学的问题是大众文化研究中最基本的问题，同时又是首要的问题，而这个似乎不成问题的问题却是一个大问题。通常情况下，大众文化研究者总是把大众文化当作一个理所当然的概念进行运用，最多下一个比较普适的定义，一般很少就大众文化的语义问题做深入的探讨。然而这个理论难题是无法绕过去的，因为许多理论难题并不是问题本身而是我们用来研究问题的语言造成的，这正如学者所说的：“在我看来，问题的复杂性倒不在于文化与文化之间、国与国之间到底有没有差异，或存在什么样的差异。我们的困难来自语言本身的尴尬，它使我们无法……离开文化理论去谈文化（的本质），或离开历史叙事去谈历史（的真实）。这些话题要么是禅宗式的不可言说，要么就必须进入一个既定的历史话语，此外别无选择。因此，话语实践、知识的来龙去脉以及各种概念和范畴的动作，就不能不上升到理论研究的第一位。不然的话，知识将永远跟我们捉迷藏。”^①

刘禾的“跨语际实践”理论为我们思考这个语言的难题提供了一种思路。这个概念是刘禾在1995年版的英文专著《Translingual Practice》（《跨语际实践》）中提出的，她说：“我提出‘跨语际实践’的概念是为了将我对中国与西方在本世纪的历史性交往的研究落实在语言实践的领域里。”刘禾特别指出，对跨语际实践研究的重心并不是技术意义上的翻译，而是翻译的历史条件，以及由不同语言间最初的接触而引发的话语实践。总体而言，跨语际实践关心的是新词语的兴起并在本国语言中获得合法性的过程。也就是说，当概念从一种语言进入另一种语言时，其意义会在后者的具体环境中得到再创造。在这个意义上，翻译已不是一种中性的行为，相反，它成了意识形态斗争的场所，“在这里被译语言不得不与译体语言对面遭逢，为它们之间不可简约之差别决一雌雄，这里有对权威的引用和对权威的挑战，对暧昧性的消解或对暧昧的创造，直到新词或新意义在译体语言中出现。”^②

在进入大众文化研究之前很有必要先弄清楚英语词“mass culture/popular culture”是何以等同于汉语词“大众文化”的，因为“大众文化”理论也是一个跨语际实践的问题，在这个实践的背后隐藏着激烈的权力政治斗争。大众文化的语义问题实际上有两个层次，分别对应于西方语境和中国语境。

其一是西方语境中的大众文化（popular culture，也译作通俗文化）语义问题。英国学者约翰·斯道雷在《文化理论与通俗文化导论》中对此作了精辟的

① 刘禾：《语际书写——现代思想史写作批判纲要》，上海：上海三联书店1999年版，第98页。

② 刘禾：《语际书写——现代思想史写作批判纲要》，上海：上海三联书店1999年版，第35-36页。

描述。他指出,勾画通俗文化(popular culture)概念的总貌是一项艰巨的工作,他引用托尼·贝内特的话描述道:“事实上,通俗文化的概念根本就没有实际用处。而且,一锅煮的、似是而非的、相互矛盾的定义反而容易产生误导,把人带入理论上的死胡同。”^①在斯道雷眼里,这种困难在相当程度上是由于我们使用通俗文化这个术语时,常常碰到意义上时隐时现的差异(注意斯道雷对“差异”一词使用了着重号)所造成的。人们在给通俗文化下定义的时候,或明或暗地把它跟其他概念范畴相对,如民间文化、大众文化(mass culture)、主流文化、工人阶级文化等等,要下一个全面的定义必须把这个因素考虑在内。当人们使用通俗文化这个词的时候,不管展开哪一个概念上的范畴,通俗文化时隐时现的概念上的差异就会强烈地影响你所表达的意思,所以,研究通俗文化我们必须首先面对这个词本身带来的麻烦。因此斯道雷无可奈何地指出:“学者们……得出的主要论点就是大众文化实际上是一个空洞的概念范畴,根据它使用的范围,可以运用各种各样的方法给它注入各种不同的含义。”^②

多米尼克·斯特里纳蒂(又译多米尼克·斯特林纳提)在《通俗文化理论导论》(An Introduction of Popular Culture)中也认为很难对“大众文化”做出一个简单明确的界定,因为它在文化研究中的意义是变化不定的。在日常的使用中,它有时指与另一种文化形式相对立的某种文化形式,有时指作为另一种文化形式的替代或补充的文化形式,它与民间文化(folk culture)、大众文化(mass culture)或高雅文化(high culture)总是有着这样或那样的关联。另外,在更具体的层面上,通俗文化指代的对象更是变化无常,它可以指个别的文化制品(或称文化文本),如一首通俗歌曲或一个电视节目,也可以指某一群体的生活方式。^③因此,斯特里纳蒂试图对精英文化、通俗文化或民间文化以及大众文化之间的差别做些区分。他认为这种区分的需要起因于大众文化理论曾经对过去与现在之间所做的一种划分,这种划分通常被用来指一种从更好的过去向退化的现在和未来转变的过程。在此之前,社会被看成一个公共的有机整体,人们在其中接受并遵守一系列共有的、约定的价值标准,而这些价值标准有效地使个人与社群协调起来,并且承认等级和差别。在这种社会里,艺术和精英文化有着崇高的地位,但是工业化和都市化进程迅速改变了这种状况,社群和道德崩溃了,个体

① 约翰·斯道雷:《文化理论与通俗文化导论》,杨竹山等译,南京:南京大学出版社2001年版,第1页。

② 约翰·斯道雷:《文化理论与通俗文化导论》,杨竹山等译,南京:南京大学出版社2001年版,第2页。

③ 多米尼克·斯特里纳蒂:《通俗文化理论导论》,阎嘉译,北京:商务印书馆2001年版,第15页。