

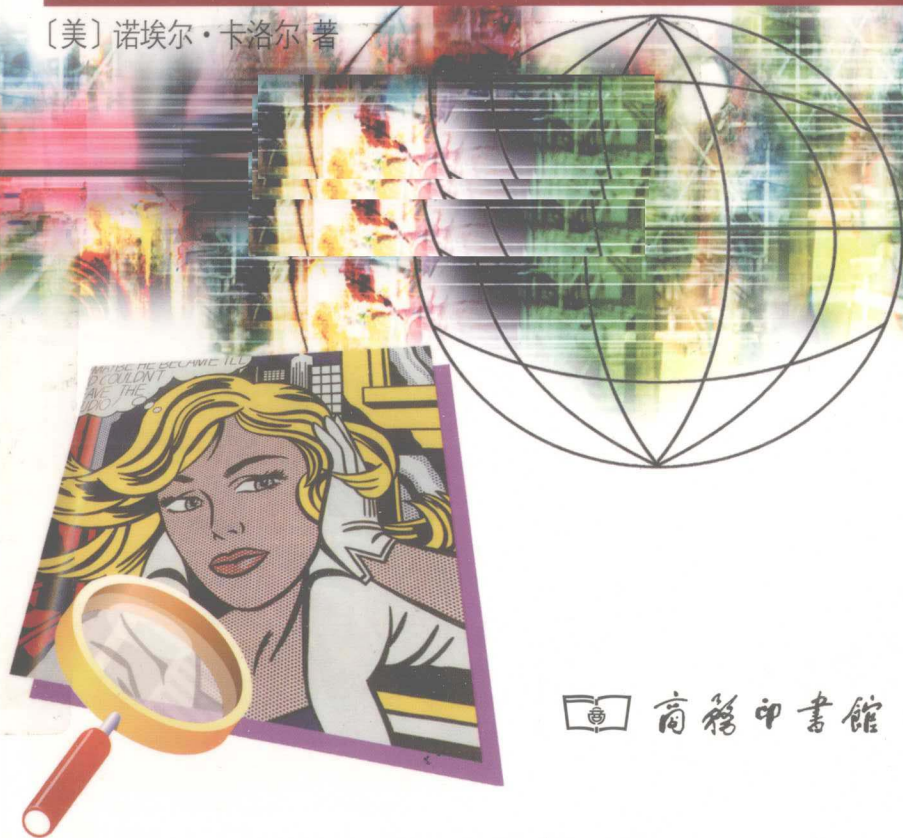
文化
和传播

译丛 周宪 许钧 主编

大众艺术哲学论纲

A Philosophy of Mass Art

〔美〕诺埃尔·卡洛尔 著



商务印书馆

文 化 和 传 播 译 丛

大 众 艺 术 哲 学 论 纲

〔美〕诺埃尔·卡洛尔 著

严忠志 译

商 务 印 书 馆

2010 年 · 北 京

图书在版编目(CIP)数据

大众艺术哲学论纲/[美] 诺埃尔·卡洛尔著; 严忠志译. —北京: 商务印书馆, 2010

(文化和传播译丛)

ISBN 978-7-100-06575-7

I. 大… II. ①诺… ②严… III. 文化理论-教材 IV. G0

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 133273 号

所有权利保留。

未经许可, 不得以任何方式使用。

文化和传播译丛

DÀZHONG YISHU ZHÉXUÉ LÜNGĀNG

大众艺术哲学论纲

[美] 诺埃尔·卡洛尔 著

严忠志 译

商务印书馆出版

(北京王府井大街36号 邮政编码 100710)

商务印书馆发行

北京瑞古冠中印刷厂印刷

ISBN 978-7-100-06575-7

2010年5月第1版

开本 850×1168 1/32

2010年5月北京第1次印刷

印张 19 1/4

定价: 40.00 元

文化和传播译丛

总序

人类学的研究表明,人与动物的根本差异,就在于人的未特定化,因而人有超越自然的文化。哲学家深信,人不但生活在物理的世界中,同时也生活在符号的世界中。所以,亚里士多德“人是逻各斯的动物”这一经典定义,可作如下新解:人是符号和文化的动物。

人创造文化,又被文化所创造。于是,人是文化主体,同时又是文化的对象。人生存于世界上,也就意味着人在文化中。这种复杂的依赖关系,或许可以通过稍稍修改一下康德的著名公式来表述:“我在文化中,文化在我心中。”

文化总是体现为各种各样的符号,举凡人类的器具用品、行为方式,甚至思想观念,皆为文化之符号或文本。文化的创造在某种程度上说就是符号的创造。从符号的角度看,它的基本功能在于表征(representation)。符号之所以被创造出来,就是为了向人们传达某种意义。因此,从根本上说,表征一方面涉及符号自身与意图和被表征物之间的复杂关系,另一方面又和特定语境中的交流、传播、理解和解释密切相关。这么看来,所谓文化,究其本质乃是借助符号来传达意义的人类行为。所以一些文化学家坚持文化的核心就是意义的创造、交往、理解和解释。

无论从什么意义上看,文化总是和传播密不可分,是一枚硬
币的两面。

文化史家把文化传播的漫长历史做了精致的分期。大约可
以分为三个不同阶段:口传文化阶段、印刷文化阶段和电子文化
阶段。在口传文化阶段,面对面的在场交流形式与语境,既使得
交流是双向互动的,又使得传统的权威得以维持;印刷文化阶
段,信息不再依赖于在场,它储存在可移动的媒介(印刷物)中,
使得不在场的交流成为可能。印刷文化出现,在跨越时空限制的
同时,也动摇了传统的权威。由于读者和作者不在同一时空
里,阅读活动较之于面对面交流,更加带有批判、怀疑和“改写”
原本的倾向。本世纪电子媒介的出现,是人类文化传播历史上
的一次空前的革命,它极大地改变了文化传播的方式,遂改变了
文化自身的形态,甚至改变了生存于其中的人类生活。毫无疑
问,古往今来,没有一种传播媒介像电子媒介这样深刻地影响到
整个社会。

电子媒介导致了一系列新的现象。首先,它加速了全球化
和本土化的进程。通过时一空分离或时一空凝缩,“地球村”应
运而生。一方面是本地生活越来越受到远处事件的“远距作
用”;另一方面本土化和民族化的意识异常凸显。我们—他者、
本土—异邦、民族性—世界性等范畴,不再是抽象的范畴,而是
渗透在我们的日常生活中。其次,电子媒介在促进文化的集中
化的同时,又造成了不可避免的零散化和碎片化。再次,电子媒
介一边在扩大公共领域的疆界和范围,将越来越多的人卷入其
中,但同时它又以单向传播、信息源的垄断以及程序化等形式,
在暗中萎缩和削弱潜在的批判空间。复次,电子媒介以其强有

力的“符号暴力”摧毁了一切传统的边界，文化趋向于同质化和类型化，但它又为各种异质因素的成长提供了某种可能。最后，电子媒介与市场的结合，必然形成消费主义意识形态以及被动的文化行为，这似乎都和口传文化和印刷文化判然有别。

晚近一些有影响的研究，主张把媒介与文化这两个关键词连用，或曰“媒介文化”，或曰“媒介化的文化”。这是一种全新的文化，它构造了我们的日常生活和意识形态，塑造了我们关于自己和他者的观念；它制约着我们的价值观、情感和对世界的理解；它不断地利用高新技术，诉求于市场原则和普遍的非个人化的受众……总而言之，媒介文化把传播和文化凝聚成一个动力学过程，将每一个人裹挟其中。于是，媒介文化变成我们当代日常生活的仪式和景观。这就是我们所面临的现实的文化情境，显然，我们对它知之甚少。

有鉴于此，本丛书着力于译介晚近西方传播和文化领域中的代表性论著，旨在拓宽视野，深化理解，进而推进本土化的研究。

周宪 许钧

1999年9月序于古城南京

鸣谢



书的策划和构思经历了很长时间。最初的想法产生于 20 世纪 80 年代中期，我们这个团队——大多数人是韦斯林大学人文中心的常客——当时着手酝酿一项文化研究计划。我们这个团队的领军人物是贝慈·特劳伯、迪克·奥曼和哈奇格·托洛尔扬，成员包括萨莉·巴恩斯、赫泽尔·卡比、迈克尔·丹宁、伦·坦南豪斯、南希·阿姆斯特朗、克里斯廷娜·克罗斯比、亚历克斯·迪皮伊、理查德·施塔默尔曼、理查德·斯洛特金、安迪·塞齐迪-马扎克以及理查德·万等人。我们的最初设想是撰写一份陈述性报告，向本校其他师生解释文化研究的内容。我当时认为，这大约需要一个下午的时间。过了 1 年之后，报告仍未完成。其原因在于，我们很快发现，团队中的每个成员对什么是文化研究这一问题均持迥然不同的看法。即便斯图特·霍尔的莅临也未使大家达成一致意见。但是，那一场辩论使大家受益匪浅。

我当时采用的方法是从探讨对象的角度对文化研究加以定义；显而易见，它就是大众艺术。我认为当时并非人人都赞同我的观点。回头去看，我认为他们的意见很可能是正确的。但是，我当时接触到一个使我深感兴趣的问题，于是便放弃了定义文化研究的尝试，转而将关注重点放在大众艺术上。

后来，我做了一件非常值得庆幸的事情：离开韦斯林大学，

到了人文学会对大众艺术表现出了持久兴趣的康奈尔大学。正是在那里,我以该学会研究员的身份,开始讲授自己在大众艺术领域开设的第一门课程。在乔纳森·卡勒和多米尼克·拉卡普拉的支持下,学会邀请了一大批充满活力的演讲者和研究员,其中包括大卫·巴思里克、雷切尔·鲍尔比、劳拉·马尔维、卡拉尔·安·马林、康斯坦斯·彭利、理查德·戴尔、安德鲁·罗斯、林达·威廉斯以及亚历山大·多蒂。特别令人觉得愉快的是与西蒙·弗里斯的几次交谈,他就流行音乐和坊间传闻提出了有用的点子。康奈尔大学的其他人士就我撰写的初稿提供了有用反馈,他们是夸梅·安东尼·阿皮亚、卡尔·吉内和萨莉·吉内、辛西娅·博曼、理查德·莫兰,以及那时从苏格兰来的访问学者彼得·拉马克。

1991年,在德国大众汽车公司基金会赞助、维尔茨堡大学主办的一次专题学术会上,我宣读了自己撰写的关于大众艺术的第一篇论文。这些参会人士富有见地的批评和建议使我获益匪浅:格哈德·霍夫曼、艾尔弗雷德·霍尔农、赫尔特·格雷布斯、洛萨·布雷德拉、汉斯·贝尔滕斯、马尔科姆·布拉德里、克里斯托弗·布特勒、保罗·勒文、大卫·奈、赫布·布劳、凯瑟琳·伍德沃尔德。

1991年晚些时候,我加盟威斯康辛大学,这让我直接了解麦迪逊校区学术成就斐然的传播艺术系。以下人士的评述对本项目的研究大有帮助:大卫·博德维尔、约翰·菲斯克、朱丽·达奇、米歇尔·希尔米斯、万斯·开普里、蒂诺·巴里奥、本·布鲁斯特、利·雅各布斯、克里斯丁·汤姆森、玛丽·安妮·菲茨帕特里克、吉姆·迪拉德、唐·克拉夫顿、J. J. 墨菲,还有(那时

在威斯康辛大学进行为期1年学术访问的)比尔·波迪。医学历史系和儿科医学系的刘易斯·利维斯特让我分享了他就传媒暴力研究阐述的不乏洞见的观点。

我供职的哲学系为我提供了全方位帮助,特别需要提及的是,通过让我获得提名,以便申请若干资助,让我最终获得冠名教授职位,支持我如期完成了本书的写作。一些同事也付出了时间和精力,就我所开设的大众艺术讲座、撰写的相关论文提出意见,他们的学术推荐对本书的出版起到了重要作用。我在此谨特别感谢艾略特·索伯、贝伦特·恩克、丹尼斯·斯坦珀、阿兰·塞德尔、哈里·布里格豪斯、伊万·索尔、安迪·勒文。

在历时数年的时间里,威斯康辛大学一直支持本书所涉及的研究工作。我不仅获得了资助基金、研究生院的冠名教授职位及研究费用,而且还被人文研究院聘为从事大众艺术研究的专职研究员。除了时间和经费之外,人文研究院提供的职位还给我提供了机会,使我能够与其他研究员进行交流,验证我的观点。他们包括保罗·博耶、菲利普·哈思、大卫·林登伯格、大卫·博德维尔、克劳斯·柏格汉、大卫·麦克唐纳、马修·克雷默以及其他许多人士。

在麦迪逊校区,我认识了许多优秀学生和助教,他们在各个方面给我的研究工作提供了协助,其中包括杰夫·迪安、朱东如、谢里尔·塔特尔·罗斯、佩特·穆尼、迈克尔·沃尔什、兰达尔·布鲁门斯坦、克文·赫弗南、劳拉·赛泽和崔珍熙。

一大批美学研究者以正式或非正式方式,阅读——或者听我谈及——本书,他们提出的评论、论点、问题和建议对我的

研究起到无法估量的作用。我谨此感谢菲利普·阿尔珀森、吉姆·安德森、安内特·巴恩斯、伊斯梅·巴维尔、玛格丽特·帕布斯特·巴廷、佩格·布兰德、约翰·布朗、利·布朗、柯蒂斯·卡特、阿兰·凯斯比尔·特德·科恩、唐纳德·克劳福德、格雷戈里·柯里、肯达尔·丹德雷德、斯蒂芬·戴维斯、乔治·迪克、丹尼斯·达顿、马西亚·伊顿、苏珊·费金、辛西娅·弗里兰德、贝利斯·戈特、杰弗里·格尔勒、约翰·吉尔莫、杰克·格里克曼、斯坦·戈德洛维奇、大卫·戈尔德布拉特、阿兰·戈尔德曼、蒂莫西·古尔德纳、西奥多·格雷西克、保罗·盖耶、卡伦·汉森、凯瑟琳·希金斯、托马斯·胡恩、加里·伊斯明戈、马休·克尔兰、彼得·基维、德波拉·奈特、瑟伦·科鲁普、弗洛·莱伯维茨、杰罗尔德·莱温森、佩斯里·利文顿、安特尔·卢卡奇、约瑟夫·马戈利斯、帕特里克·梅纳德、约翰·莫里尔、亚历克斯·尼尔、大卫·诺维茨、施泰肯·海格姆·奥尔森、斯蒂芬尼·罗斯、罗伯特·所罗门、戈仑·索尔波姆、理查德·舒斯特曼、安尼塔·西尔弗斯、罗伯特·斯特克尔、蒂法尼·苏顿、威廉·塔施切克、弗兰克·蒂尔曼、林恩·蒂雷尔、威廉·托尔赫斯特、肯达尔·沃尔顿、乔治·威尔逊、汤姆·沃顿伯格、尼古拉斯·沃尔特斯托夫。

多位从事电影研究的学者一直以信函方式，与我认真讨论研究工作，他们是理查德·阿兰、默里·史密斯、爱德华·布兰尼根、卡尔·普兰廷加、汤姆·冈宁、托尼·皮波洛、道格拉斯·戈梅里、乔·安德森、斯图尔特·莱布曼、艾德·谭、露西·菲施尔以及乔纳森·布赫伯姆。P. 亚当斯·西特宁给我的研究提供了另外一种推动力——他要我说出理由，证明一个搞美学研究

的人如何对大众艺术产生了兴趣。朱丽·霍赫伯格总是就我需要的心理学文献提供可靠的咨询意见。约翰·西维德帮我整理了各种各样的音乐资料，胞弟帕特里克·约瑟夫·卡洛尔耐心地和我一道工作，仔细了解各类录音技术的详细说明。道格·罗森伯格审读了我就电视技术提出的评论。帕迪·斯坎内尔以另一种方式，鼓励我坚守哲学与文化研究相关这一信念。

我多次前往斯堪的纳维亚举办大众艺术讲座。盛情相邀的主人包括埃里克·赫德林、托本·格洛德尔、马里安尼·马库森和扬·奥尔森。在莫斯科，奥列格·克里夫森和俄罗斯流行文化研究系主任内亚·佐卡亚提供了赞助，就我的研究工作在艺术研究院举行了一场生动活泼的专题讨论会。

在本项目进行期间，安内特·米歇尔森一直是我持久不变的信心源泉。她十分关注研究进展，多次邀请我在视觉艺术高级研究中心和纽约大学举办大众艺术讲座。在本书最初几章的写作过程中，她和我一起进行了详尽讨论，就涉及格林伯格、本雅明和阿多诺的几个章节提出了许多建议。多年以前，我师从安内特时首次接触这些学者的著述。但是，令人吃惊的是，岁月在我身上留痕，而安内特却越活越年轻——她思维越敏锐，知识越丰富，总是走在时代前列。

大卫·博德维尔拨冗阅读了本书数稿，每次都进行了大量评论，提出了大量修改意见——这是他一贯的治学方式。有时，我觉得大卫作出的贡献几乎超过了我本人的努力。尽管我对他的帮助深怀感激，但是我不知道，他究竟是从哪里找到时间和精力？他的勃勃生气和极高工作效率似乎是无穷无尽的。他究竟是否睡觉？

我将本书献给阿瑟·丹托。与许多从未离开大学的人的感觉类似，我总是觉得自己身上仍旧保留着某种年轻的东西。我们——或者至少说我——易受学术英雄崇拜的影响，而阿瑟·丹托一直是我所崇拜的偶像。他才华横溢，智慧过人，学识渊博，这不仅令人羡慕，而且一直让人景仰。

我妻子萨莉·巴恩斯在各个方面都给我提供了帮助。她审校了本书的语法、拼写和标点。在我老是将电脑弄坏时，她不厌其烦地动手修好。她替我审阅了疑案小说和哈乐昆出版公司的言情作品，在便利店书架上搜寻新的出版动态。遇到歌手表达不清晰的情况时，她就唱出——甚至手舞足蹈地表现——我几乎忘却的经典摇滚音乐歌词。我们一起观看重放的电视节目，就有关问题彻夜长谈。假如能够获得常客奖励点数，领取数英里长的录像带，萨莉可以连续 80 天绕地球飞行。但是，尽管工作非常辛苦，萨莉依然保持乐观，给我的生活带来了光明和色彩。

最后，我想感谢牛津大学出版社负责本书的编辑安德鲁·洛克特，他有进取心，工作热情，富于探索精神。与前面提及的人士一样，他为了提高本书质量作出了不懈努力。如果他们不如愿获得成功，其原因在于他们遇到了一个障碍——我。

目 录

总序

鸣谢 (001)

绪论 (001)

第一章 哲学对大众艺术的抵制:多数派传统 ... (019)

引言 (019)

大众化论 (020)

消极论 (040)

程式论 (068)

自由论、影响论和境况论 (098)

结语:对哲学抵制大众艺术的分析判断 (124)

第二章 对大众艺术的哲学赞美:少数派传统 ... (153)

引言 (153)

沃尔特·本雅明与机械复制时代中的艺术品 (158)

马歇尔·麦克卢汉与电子未来 (201)

结语 (235)

第三章 大众艺术的性质 (240)

引言 (240)

大众艺术的排除论·····	(245)
大众艺术的定义·····	(256)
大众艺术的本体论·····	(295)
大卫·诺维茨的大众艺术理论·····	(311)
约翰·菲斯克对大众艺术概念的排斥·····	(330)
结语·····	(339)
 第四章 大众艺术与情感·····	 (343)
引言·····	(343)
柏拉图与情感认知理论·····	(350)
标准预定:情感认同的一种替代·····	(365)
对研究的影响·····	(377)
虚构作品与情感·····	(379)
对大众艺术的启迪?·····	(384)
结语·····	(403)
 第五章 大众艺术与道德·····	 (406)
引言·····	(406)
效果论、命题论、认同论·····	(410)
澄清论·····	(444)
是模拟,还是回到认同去?·····	(476)
结语·····	(494)
 第六章 大众艺术与意识形态·····	 (500)
引言·····	(500)

一种意识形态理论·····	(506)
意识形态与修辞·····	(540)
结语·····	(571)
后记·····	(574)
索引·····	(582)

绪 论



书的研究对象是大众艺术：电视、电影、畅销小说¹以及其他种类的通俗小说（录制和电台播放的）、流行音乐、连环漫画、动画片、摄影以及诸如此类的东西。¹我们如今生活在一个充满大众艺术的世界之中，这一说法现已没有什么新意了。一般美国家庭观看电视的时间几乎是天文数字。专门从事大众艺术生产和传播的企业在经济中扮演着重要角色。创造大众艺术的明星的名字如今也是家喻户晓。这种情况不仅见于电影演员和歌手，而且也见于作家、导演以及电影制作人。斯蒂芬·金和史蒂文·斯皮尔伯格的知名度超过了许多政界要人。

显然，这种状况在工业化国家中最为明显：对涉及各个阶层、种族和行业的绝大多数人来说，大众艺术——或者，你也可称为大众娱乐——很可能是审美经验最普遍的形式。在美国，大众艺术拥有名副其实的权力，提供我们共同文化的重要部分。而且，众所周知，大众艺术能够轻而易举地跨越国界。例如，在俄罗斯市场上，人们可以发现围着三角头巾的迈克尔·杰克逊造型的俄罗斯玩偶——那种玩偶的形象从美洲豹变成了黑猩猩——蹲在市场上的桌子上，旁边是俄罗斯套娃玩偶——按大

¹ 包括有创意的广告——不是直接劝诱受众的广告，而是利用蒙太奇、拼贴、并置、艺术构图等艺术手法的广告。

小依次套叠的玩偶形象分别是布鲁斯·斯普林斯汀、麦唐娜、男孩乔治、戴夫·斯图尔特、安妮·伦诺克斯。²

- 2 如果说大众艺术在工业化的西方无处不在，它在其他国家也广为传播，其中包括第三世界和第四世界国家。从墨西哥城到阿根廷南部的巴塔哥尼亚，音乐电视《拉丁风情》高声唱出“Chequenos”。³ * 印度拍摄的影片在数量上超过了美国，香港影院提供了国际精神食粮。几年之前，俄罗斯最走红的电视节目是一部墨西哥制作的肥皂剧。实际上，墨西哥和巴西已经成为影响遍及整个南北洲的主要电视节目制作国和出口国。⁴ 美国电视节目在南美洲重播，好莱坞影业现在依靠国际市场，将其作为主要收入来源。一部作品可能在美国本土上铩羽而归，但在海外却得以重整旗鼓。⁵

到 20 世纪 80 年代中期——在盒式磁带录像机在私人家庭中普及后短短 10 年时间里——为止，全世界使用的录像机数量已经到达 6 000 万台。⁶ 今天，无论人们到何处旅行，都可以见到盒式磁带录像机。在印度尼西亚的巴里，人们可以在某些综合商店里发现供人租用的录像带。1992 年，售出的盒式磁带录像

2 本雅明·R. 巴博《圣战对麦当劳世界》(纽约：时代出版社，1995 年)，分别见第 19 页和第 306 页。

3 加布里埃尔·埃斯科巴和安妮·斯瓦顿《从门罗主义到音乐电视主义》，见《华盛顿邮报》(全国周刊版)，1995 年 9 月 11—17 日，第 17 版。

* Chequenos 为西班牙语与英语的混合。英语的“Check us out”有“检查我们”和“让我们合格”这两种相互矛盾的意思。——译注

4 约翰·B. 汤姆森《媒介与现代性：社会媒介理论》(斯坦福：斯坦福大学出版社，1995 年)，第 163 页。

5 例如，电视节目《中央公园西街》遭遇的情况。

6 格拉迪斯·D. 甘利和奥斯瓦尔德·H. 甘利《全球性政治余波：盒式磁带录像机 10 年史话》(马萨诸塞州剑桥：哈佛大学信息政策研究中心，1987 年)。