

大众文化的美学阐释

Dazhong Wenhua De Meixue Chanshi

张捷鸿 著

中国海洋大学出版社

DaZhong WenHua De MeiXue ChanShi

大众文化的美学阐释

张捷鸿 著

中国海洋大学出版社

· 青岛 ·

图书在版编目(CIP)数据

大众文化的美学阐释/张捷鸿著. —青岛:中国海洋大学出版社, 2006. 9
ISBN 7-81067-936-8

I. 大… II. 张… III. 文化—美学—研究—中国 IV. G05

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 090931 号

大众文化的美学阐释

张捷鸿 著

出版发行 中国海洋大学出版社

社 址 青岛市鱼山路 5 号 邮政编码 266003

网 址 <http://www2.ouc.edu.cn/cbs>

电子信箱 cbsebs@ouc.edu.cn

订购电话 0532—82032573 82032644(传真)

印 制 日照报业印刷有限公司

版 次 2006 年 9 月第 1 版

印 次 2006 年 9 月第 1 次印刷

开 本 787 mm×960 mm 1/16

印 张 12.5

字 数 180 千字

定 价 20.00 元

版权所有

侵权必究

丛书策划/纪丽真
责任编辑/李军龙
封面设计/陈真
终审/丽真

序

大众文化自上世纪 80 年代兴起,20 年间声势日炽,已呈燎原之势。其热烈、火爆、奢华、狂野引发了社会上特别是文化界激烈的争论。不同社会角色、不同文化教养、不同年龄层次者众声喧哗,争相评说,结论却大相径庭。一种文化产品,一股审美思潮在社会各界引起如此强烈的关注,并且壁垒分明,这在中国历史上实属罕见。

不管分歧多大,不管你喜爱还是厌恶,一种文化现象产生如此广泛持久的轰动效应,事件本身的意义就值得深长思之。

大众文化是一种国际现象。它与工业经济发展、市场机制发育成熟相伴生,在西方各国已有百年的历史。在中国,大众文化崭露头角并急速形成铺天盖地的阵势,同样是同中国改革开放后现代工业社会、市场经济的发展相适应的。

对于不认识的美、不熟悉的美,人们的心理定势往往是固守着“先结构”和“文化圈”,拒绝新异与陌生化。中国传统文化、精英文化一向居于强势地位,它所培育的主导审美趣味是宣扬崇高的社会理想,追求伦理的严肃性与道德规范,传播人类文明,阐扬人生信念,关注永恒的审美价值,突出个人的性格风范。这种文化,倡导品味“雅趣”,鄙弃“畸趣”和“野趣”。正如同群贤毕至,少长咸集,调素琴、阅金经的庙堂之上,突然一头撞进个奇形怪状、粗声愣气的毛头小伙,让文人雅士们大惊失色,兴致荡然。大众文化就扮演着这种角色。它一味陶醉于感性刺激,极力消解人文精神,嘲弄严肃的人生信念而追逐当下快乐(“跟着感觉走”,“玩的就是心跳”,“过把瘾就死”)。但它却在摆脱精神压抑,袒露胸怀,剖白真情,追求现实幸福快乐自由等方面,更加贴近百姓,更

加贴近生活。

说到底,审美的终极目的,不正是在于追求精神的愉悦,心灵的解放吗?所谓文艺的教化功能,不是也要通过“寓教于乐”才能真正实现吗?当然,由于时代、民族、地域的差别,对文化模式的评判,对美的体验也存在着不同的标准和不同的价值取向。问题是,某种文化产品和审美趣味一旦实现了社会化、群体化,它就不再是单纯的个人行为或政府行为,其中蕴涵着一种无法改变的客观必然性。我们的任务是面对现实,从理论与实践的结合上有力地阐明它存在的合理性;对它的特殊美(包括缺陷与不足)给以贴切的、令人信服的解释。中外文化史、美学史证明,新颖的、奇特的、陌生的事物的成长,总要遭到白眼和冷遇,总要经受磨难挫折的考验。正常的审美心理过程是:从“少见多怪”到“见怪不怪”,最终演化成赏心悦目。应该承认,大众文化的缺陷是明显的。如无限放任感性欲望的宣泄,放逐崇高、悲剧而痴迷于嬉戏、喧嚣,平庸肤浅,降低以致抛弃文化底蕴、人性品位与对社会理想的追求。这些可以视为婴儿的蹒跚学步,或者是接近人性升华临界点的一声呐喊。

大众文化与精英文化,“下里巴人”与“阳春白雪”应该“和而不同”,彼此尊重,互相吸收,在保留个性的前提下不断地寻求双方的“交汇点”。“和实生物,同则不继”,“君子和而不同,小人同而不和”。以不同的视角观察评价事物体现了辩证法精神,承认审美趣味的多样性会产生更多的宽容与和谐。对大众文化,可以从文化接受或纯娱乐的角度衡量其价值取向,可以从文化哲学形而上的高度评判它,也可以从接受美学感性与理性、文本与读者交融互渗的视角审视它。各种方法都能得出相应切实的结论。

捷鸿这部著作着重对大众文化进行审美文化学的专题研究。它超越了一般社会读者浮泛的感性体验和前些年情绪化的文艺论争,运用接受美学的理论与方法,全面考察了大众文化的本质属性、美学特征、传播方式、接受心理机制与接受模式,以及大众文化的未来走向。立论坚实,分析细密深入,占有资料丰富翔实,表现出明显的开拓性、创新性。

这部著作两个鲜明的特点给人印象深刻。第一,公允,公正,客观。作者决然摆脱开社会上和文艺界对大众文化带有明显偏执性的是非之争,

从中外历史发展特别是当今中国的现实出发,对大众文化产生的历史必然性与存在的合理性,它的美学特色和不容回避的缺陷,条分缕析地进行分析论证。既不溢美,也不护短,表现出一位严肃的学者应有的学术品性。

第二,着力对大众文化进行文艺美学评价,从更高层次上去深入把握这一文化现象的本质特征及其审美价值,从两种文化类型整合提升的必然趋势指明了大众文化的未来走向。她认为,“从美学的角度研究大众文化本身的审美功能、美学范畴、美学特征、大众文化的接受美学等等,这些问题的深入研究对美学的学科发展有着重要的理论意义,对大众文化也有着重要的实践意义。”作者提出的大众文化前瞻性研究思路是:“将主导文化和高雅文化的精华吸纳到大众文化中来,借此提升大众文化的人文含量和审美品格,将大众文化整合成为一种符合我国国情的、能够充分发挥文化的各种功能的、既能共享又能分层的公众文化。”应该说,这种发展思路是针对大众文化的优势和劣势提出来的,已经或正在得到历史的证实。

捷鸿这部著作是在博士毕业论文的基础上扩充修改而成的。四五年前,作者酝酿并着手撰写此文时,有关大众文化的争论正相持不下,贬斥之声不绝于耳。在这种形势下,作者通过大量的实证调查,深入分析论证,旗帜鲜明地提出了自己的见解,表现出可贵的理论勇气。时过境迁,今天大众文化的境况已经大为改观。“三分天下有其一”,几乎赢得了与主导文化、精英文化平起平坐的地位。作者这部著作的面世,堪称是对大众文化坎坷境遇和未来走向的一个阶段性理论总结。

科研成果需要时间的考验,实践的检验。大众文化虽已羽翼丰满,但仍在发展完善之中。对它的成败得失的认识,还有待不断地修正、深化。受到传统文化熏陶的人,可能更多地看到了大众文化的低俗、平庸、肤浅;年纪稍长的人则难以接受大众文化的功利、野性、轻浮。争论还要继续下去,但这并不重要。世界上最丰富的东西——精神焕发出无穷无尽的色彩,其主要表现形式是欢乐、光明。大众文化作为时代精神的闪光,在中国文坛上理应占据一席之地。

梁一儒

2006年7月于山大分校海滨寓所

目 录

序	(1)
绪 论	(1)
第一章 大众文化研究的几个基本问题	(5)
第一节 大众文化研究何以成为热点	(6)
第二节 大众文化的定义及特点	(8)
第三节 国外大众文化理论的研究脉络	(10)
第四节 中国语境中“大众”和“大众文化”的含义	(13)
第五节 中国大众文化的发展概况	(17)
第六节 90年代以来中国大众文化理论研究综述	(19)
第七节 大众文化的美学思考	(25)
第二章 大众文化的美学特征	(32)
第一节 文化生产与消费中的游戏心态	(32)
第二节 视觉手段的当代表达	(43)
第三节 仿真化的社会审美幻象	(55)
第三章 大众文化审美疆界的拓展	(65)
第一节 身体审美	(66)
第二节 休闲审美	(87)
第四章 大众文化的接受之维	(106)

第一节	大众文化的文本·····	(107)
第二节	大众文化接受的特点·····	(109)
第三节	大众文化接受的个体心理机制·····	(113)
第四节	大众文化接受中审美观念的更新·····	(119)
第五节	大众文化的接受模式·····	(125)
第五章	大众文化接受现象点评·····	(140)
第一节	“闪”文化的意义、价值和生存空间·····	(140)
第二节	大众狂欢的审美心理透视·····	(146)
第三节	民谣的颠覆和消遣功能·····	(153)
第四节	大话——大众文化的语言“乱伦”·····	(161)
第六章	大众文化的当下评价与未来走向·····	(170)
第一节	关于大众文化的结论·····	(170)
第二节	大众文化的局限性·····	(176)
第三节	大众文化的整合与提升·····	(180)
参考文献 ·····		(185)
后记 ·····		(188)

绪 论

大众文化开拓了新的学科领域已是不争的事实,理论家要研究当代的文化、社会、美学、艺术等领域的问题,大众文化是一个无论如何也绕不开的话题。伴随着改革进程中经济结构以及经济利益的多样化,社会阶层的分化,社会生活的复杂化以及获取信息渠道的多样化,人们的思想意识、价值观念、思维方式等也日趋多元化,这种社会现实的多样化决定了大众文化本身是一个成分复杂、良莠不齐、雅俗兼备的复合体,是一种成分复杂的多元文化。

大众文化研究是一个宽泛的课题,文化美学是文化研究的一个角度,从美学的角度关注大众文化是一个较新的课题,这对于我们把握当今的文化现实是很有必要的。过去我们习惯于把美学看作是一门只与艺术和哲学相关的学科,而在今天,美学思维具有普遍的重要性,这不仅仅体现在日常生活的外观当中,而且植根于我们思维方式和观念之中,成为人们认识和把握世界的一种方式。具体到大众文化的研究上,不仅要研究什么是大众文化、大众文化的特性、大众文化与传媒的关系、大众文化的意识形态作用等问题外,还要从美学的角度研究大众文化本身的审美功能、美学范畴、美学特征、大众文化的接受美学等等,这些问题的深入研究对美学的学科发展有着重要的理论意义,对大众文化也有着重要的实践意义。通过研究当代大众文化现象,可以从实践和理论两个方面来尝试一下所谓“美学的转向”,从表层、深层、个体和认识论这几个层面上对当代文化的“美学化”有一个较深刻的认识。

本文的结构共分六个部分。

第一章:大众文化研究的几个基本问题。这是对大众文化理论和

现状的梳理和对大众文化美学研究的思考。首先论述文化研究的背景和意义,然后介绍了国外大众文化研究的主要理论流派,即法兰克福学派和英国文化研究学派,他们分别代表了在大众文化研究中两种针锋相对的观点:对大众文化的批判和为大众文化辩护。法兰克福学派的思想家们站在精英主义的立场上,认为大众文化是向大众提供虚假需要的文化工业,它大量生产千篇一律的文化产品,极力掩盖物化的异化社会中主客体之间的矛盾,有效地支持了资本主义制度。英国的文化研究学派则反对把高雅文化与大众文化严格对立起来,主张将日常生活纳入研究领域并作为文化分析的对象。他们比较明确地赞扬大众文化,并认为大众有一定的选择能力和批判能力;接下来分析了中国语境中的“大众”和“大众文化”的含义,指出中国语境中的“大众”和“大众文化”和西方理论概念的差异,并简要介绍中国大众文化的发生发展的过程,每个阶段的划分标志、文化现象等;然后对90年代以来中国大众文化理论研究状况进行了梳理;最后是关于大众文化美学研究的意义、特点即不同于传统美学的审美范畴、审美价值、审美方式等的思考。

第二章:大众文化的美学特征。大众文化是在原有文化的基础上产生和发展起来的当代流行文化,除了保留原有文化的一些美学特征外,它也有着鲜明的时代文化特色。一是文化生产与消费中的游戏心态,从文化最早的起点一直到我们目前的文化生活,游戏始终伴随着文化又渗透着文化,当代文化中的游戏因素带有一定的必然性、合理性,但大众文化显示出某种游戏失控的倾向,人们越来越明显地将快感和美感混同起来,在很大程度上是一种幼稚化的快乐主义;二是大众文化中视觉表达的冲击力空前加强,视觉手段的运用被发挥到极致,视觉符号正在对语言符号形成挑战,这种由视觉形象构成的“意象形态”瓦解了意识形态,起到了解放思想的作用,但在施展其特有的魅力时也导致了审美活动的浅层化并助长了审美惰性;三是大众文化所追求的艺术仿真性,它把文化最大限度地同日常生活结合在一起,弥合了艺术和生活的界限,出现了审美的生活、审美的人。当代生活审美化的实现与社会物质财富的增长、生活水平的提高有着密切的联系。然而,在将日常生活艺术化、审美化的追求和努力之下,真实的世界也正渐渐在消隐和

被遗忘。

第三章:大众文化审美领域的拓展。身体审美和休闲审美虽然是两个古已有之的审美领域,但是大众文化将这两个审美领域引向了更深的程度,赋予其更丰富的内容和审美内涵。身体的先在性使它对于世界有一种奠基的作用,由于这种客观现实的存在,人类很早就开始了对于自己身体的审美。尽管如此,中国文化史很长时间以来还是经历了一个对身体从形而下的肯定到形而上的否定的过程。大众文化时代是一个身体被唤醒的时代,快感、欲望、力比多、无意识纷纷作为“身体”之下的种种分支主题受到了前所未有的关注,大众文化使身体的内容美、形式美、效用美得到了统一。在对身体有了革命性的认识和表达的同时,人们必须警惕来自另一个方面的对身体的歪曲和误读。休闲的意义很早就被人们认识到,人类也很早就对休闲开始了理论上的探讨。大众文化的兴起和休闲有着千丝万缕的联系,休闲已成为我们时代的重要的特征之一,也成为社会文化活动的重要组成部分。体验本身就具有一种审美情绪,其审美效益主要体现在它的美育作用上,休闲的美学功能主要通过两个过程体现出来,即体验的过程和成为的过程。前一个过程强调的是感受美,体验美,后一个则注重审美主体在休闲中自我成长的意义。

第四章:大众文化的接受美学。从接受美学的角度谈大众对于大众文化的接受心理。大众接受理论研究为文化研究提供了新的视角。大众文化因其“大众性”而具有了不同于其他文化的特色。因此,对于大众文化的研究不仅涉及到文化本体的研究,也不应回避对于大众和大众接受的研究。本章首先探讨了大众文化文本的特点,这些带有时代特性的文化文本决定了大众在接受行为中具有一些与以往不同的接受态度:受众立场的预设、权且利用的实用态度、消费生产两重性、选择的多样性和民主性;大众在接受行为还和其接受心理有关,如期待视野与视野转换、接受心理结构层次、辨识常规的文化能力;最后谈了大众文化的接受模式,包括大众性的批评阐释接受、类别想象接受、FANS的非理性接受、对抗的快感接受。

第五章:大众文化接受现象点评。采用文化研究的方法——“细读

法”，对一些大众文化的个案进行了具体的剖析，从美学的、社会的、政治的高度对大众文化的现象进行了细致的分析并做出理论概括，以期对大众文化的文本和接受现象有一个较为客观的阐释和较为公正的评价。具体涉及的文化现象有网络风靡一时的FLASH制作；大众接受时的狂欢举动的心理分析；民谣作为大众文化的支流，其产生的社会意义和重要的文化功能；大话文风的构成和传播，以及流行背后的深层的文化和社会的原因。通过这些具体解剖，可以对大众文化的感性审美方式有更深入的理解，也可以对大众文化本身特有的参与性、互动性、民主性有更直观的认识。

第六章：当下大众文化的评价与未来走向。在前面几章的基础上对中国当代的文化格局进行了分析，指出了大众文化在利润最大化原则的驱动之下，内容不可避免地变得肤浅、庸俗，具有明显的享乐主义倾向和游戏化的特征。这些内容的负面效应是极大地刺激了受众消费的欲望并使人变得物化，降低了受众的审美品味，大众文化的审美出现过分追求感性化、功利化、世俗化的倾向，无助于提高人类的精神世界和心灵的升华。最后提出对现阶段的大众文化进行整合提升的思路，将主导文化和高雅文化的精华吸纳到大众文化中来，借此提升大众文化的人文含量和审美品格，将大众文化整合成为一种符合我国国情的、能够充分发挥文化的各种功能的、既能共享又能分层的公众文化。

第一章 大众文化研究的几个基本问题

中国大众文化的兴起是改革开放经济发展的必然产物,它的出现有其时代的合理性。大众文化本身是一种成分复杂的多元文化,这种多元性和中国改革进程中经济结构以及经济利益的多样化有着密切的关系。随着社会阶层的分化,社会生活方式呈现出多种选择,人们获取信息的渠道以及与周围的关系也摆脱了过去相对单调的形式,多元、开放成为我们这个时代的明显特征,人们越来越追求个性化、人本化的发展,价值观念、思维习惯、生活方式也必然要发生相应的变化。这种变化来势之猛,影响之大,让每个人都受到深深的冲击。人们的思想、观念和生活方式随着时代发展发生了重大的改变,中国的大众文化也在这样的形势下应运而生。

大众文化是在人们的惊讶不解和热捧冷嘲中发展壮大的,与此同时,大众文化的研究也成为一个理论热点,一门显学。理论工作者如今要研究中国当代的文化、社会、美学、艺术领域的问题,大众文化是一个无论如何也绕不开的话题。这不仅因为大众文化是一个新生事物,还因为“大众文化本身是一个成分复杂、良莠不齐、雅俗兼备的复合体,其中,有古代的、传统的成分,也有现代的因素,甚至还有后现代的影响;有本民族文化,也有外来文化特别是西方文化;有科学的、理性的文化,也有封建的、迷信的文化;有高雅的,也有通俗的,还有庸俗、粗俗的。”^①大众文化开拓了新的学科领域已是不争的事实,大量生动的、鲜

^① 纪光欣:《大众文化必须面对的文化环境》,载《思想政治工作研究》2000(4)。

活的、从未有过的文化现象迫使并吸引着理论工作者去探讨去研究,从事大众文化的研究者不仅要具有深厚的理论功底,还要有对当下文化现状的激情和敏感,这种探讨和研究是必要的、有价值的,也是具有挑战性和创造性的。

本章首先将对国内国外大众文化理论的起源和发展进行一下梳理。

第一节 大众文化研究何以成为热点

“文化研究”(Cultural Studies)是一个专门的术语,一般认为是由法兰克福学派成员和英国左派理论家霍加特和威廉姆斯所创立。大众文化研究是文化研究其中的一个重要内容,20世纪60年代以来一直是国外理论界的一个热点。90年代以来也渐渐引起国内学术界的重视,现在也已成为国内学界的理论兴趣点。大众文化的研究之所以成为学术研究的重点、热点,其社会和学术背景可从以下几方面加以分析。

第一,从学科角度看,文化研究一直是一个重要的研究领域,是许多理论家关注的重点。但不少社会学家和人类学家认为,过去的研究者对文化的研究注重的是传统的价值观和行为规范,对流行文化影响人类和社会的作用则未能给予应有的重视。特别是处于信息技术时代的当今社会,大众传媒和网络的发展已使流行文化对社会和人们行为的影响越来越大。如今的大众文化已成为一个产业,成为一个与种种影响其产业发展的因素如营业额、利润等紧密相连的东西,它服从于市场化的商品营销策略和完全物质化的生活方式的变化,以便适应消费者的需求。随着大众文化对人们生活的渗透,文化与现实生活的界限越来越模糊,大众文化给人们带来的影响已不仅局限在文化方面,也日益影响着人们的思想、生活、思维方式和价值观念。其不同于既有文化的特性、诸多让人难以适应的现象,明显有悖传统规范的形态和观念,

既让人震动又让人担忧。这种来势迅猛的文化势头必然影响到理论界,国外许多大学教育的课程中已经将大众文化列入其中。从这个角度看,当代文化研究的主要对象从传统文化、高雅文化转向大众传媒、大众文化是一种必然的学术选择。

第二,从大众文化本身的社会历史背景来看,它是工业化、城市化和大众传媒发展带来的必然结果。人类文化发展图景中的文化关系是随着工业化和城市化的进程而不断改变的。在生产相对落后的简单社会中,文化比较单一并具有共享性;到工业革命之前,欧洲国家已存在两种主要文化:精英文化和普通文化。精英文化由统治阶级生产和消费,而普通文化则被所有阶级共享。工业化之后两大阶级的产生也促进了两个主要阶级的文化的生产,大众文化作为工业社会中下层阶级的文化,出现了兴旺发展的态势是不可避免的。大众文化的产生和三个因素有关,一是城市化产生了不同阶级在居住上的分离,历史上第一次出现了只有工人阶级居住的城镇和城市的区域,工人居住聚集区域也自然产生了他们自己的文化;二是工作时间和休闲时间的分离,使得大众有时间创造和享受大众文化;三是传播技术的发达,广播与廉价报纸的出现推动了社会某种文化现象的流行,为文化产品的大规模制作和流行提供了传播条件。这三点是大众文化产生的必不可少的社会因素。因而研究大众文化也就是研究当代文化,在时代背景上有其合理性。

第三,在文化研究的理论构架中,认为流行文化就是美国文化的看法有很长的历史,它的术语就是“美国化”。美国的流行文化扰乱了传统的文化等级制,西方好莱坞电影、电视节目、可口可乐、摇滚乐、牛仔褲、MTV等文化的输出,对发展中国家的国民特别是年轻人产生了极大影响。这种状况促使有长期文化历史传统的欧洲学术界进行思考和批判,进而也引起了一些第三世界国家学者的反思,不少学者把美国向其他国家,以及发达国家向发展中国家的文化输出冠之以“文化帝国主义”。作为一种文化态度,大众文化批评一直是各国理论家抵制外来流行文化的武器,大众文化批评也始终贯穿着对抗和抵制的精神,对外是一种抵制的文化策略,对内是对本土流行文化的反思与制约。

第四,大众文化研究还具有文化前瞻的意义。90年代以来信息通信技术的迅猛发展、互联网和经济全球化使得流行文化的传播更加广泛、深远。随着全球一体化的实现,整个地球空间的距离相对来说越来越小。通过这些媒体而传播的电视节目、音乐、通俗小说、广告、时尚、娱乐和体育活动超越了地区和国界,覆盖世界各地,它们跨越时空,极大地影响着人们的日常生活,改变着他们的思想和行为,改变着他们的思维方式。这种与生活联系在一起的大众文化建立的意识形态是非常有效的,因为它作用于人的无意识层次的本能欲望,作用于人的常识系统。我们要研究大众文化,就要透过这些文化现象分析那些隐藏在背后的东西。对文化的研究归根结底是对社会的研究,对人的研究,因此,文化研究者们通过对大众文化的探讨和研究,不仅可以了解这种文化将会向何处发展、发展到何种程度,也会了解其对人类和世界的最终影响并预见整个社会的发展走向。

第二节 大众文化的定义及特点

何谓大众文化(mass culture)?这是一个在理论和实际中都颇难界定的问题。由于对这个词语的界定不同,使用者所持的立场和理论出发点也决然不同。有的学者已对大众文化这一词语做了不少于13种定义,这些定义都持之有据,大部分是国外文化研究者出于自己的研究立场对大众文化所做的定义。比如著名的法兰克福派,他们始终高扬批判的旗帜,对大众文化的定义是资产阶级的国家意识形态,一种以标准化、陈腐老套、保守主义、虚伪、满足浮华幻想的、受操纵的文化工业产品。这种文化致力于劳动阶级的非政治化,维护社会的统治权威,制造大众的虚假的需求,是欺骗群众的统治工具。英国的威廉姆斯则把“不能登大雅之堂的文化”和“广受欢迎或者众人喜好的文化”都定义为大众文化。也有人受葛兰西的文化霸权或文化领导权的理论的影响,把大众文化定义为“社会统治集团通过精神和道德领导的手段赢得