



后奥运时代

北京文化资本与城市形象

HOUAOYUN SHIDAI BEIJING WENHUA ZIBEN YU CHENGSHI XINGXIANG

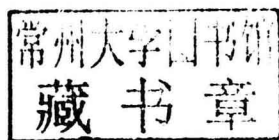
许德金 冯捷蕴 等著



中国商务出版社
CHINA COMMERCE AND TRADE PRESS

后奥运时代北京文化 资本与城市形象

许德金 冯捷蕴 等著



中国商务出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

后奥运时代北京文化资本与城市形象 / 许德金, 冯捷蕴著. —北京: 中国商务出版社, 2012. 6
ISBN 978-7-5103-0746-1

I. ①后… II. ①许… ②冯… III. ①城市文化—城市建设—研究—北京市 IV. ①G127.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 144462 号

后奥运时代北京文化资本与城市形象

HOU AOYUN SHIDAI BEIJING WENHUA

ZIBEN YU CHENGSHI XINGXIANG

许德金 冯捷蕴 等著

出 版: 中国商务出版社

发 行: 北京中商图出版物发行有限责任公司

社 址: 北京市东城区安定门外大街东后巷 28 号

邮 编: 100710

电 话: 010—64269744 64218072 (编辑一室)

010—64266119 (发行部)

010—64263201 (零售、邮购)

网 址: www.cctpress.com

邮 箱: cctp@cctpress.com

照 排: 嘉年华文排版公司

印 刷: 北京密兴印刷有限公司

开 本: 787 毫米×980 毫米 1/16

印 张: 11.25 字 数: 191 千字

版 次: 2012 年 7 月第 1 版 2012 年 7 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5103-0746-1

定 价: 25.00 元

版权专有 侵权必究

盗版侵权举报电话: (010) 64515142

本书的出版受到北京市教育委员会共建项目《商务外语与跨文化商务竞争力研究》及对外经济贸易大学 211 工程“文学与文化资本研究”创新团队的资助；本书也是对外经济贸易大学国家级教学团队（商务英语）、教育部新世纪优秀人才支持计划（NCET-10-0338），及对外经济贸易大学校级重点研究基地“商务英语与跨文化研究”基地的阶段性成果。

绪 论

许德金 冯捷蕴

中国是一个有着五千年历史的文明古国，有着极为丰富的文化传统和庞大的文化遗产，是中华民族乃至世界史上一笔宝贵的财富。但是改革开放 30 多年以来，虽然中国实现了放飞经济的梦想，综合国力显著提高，就 GDP 总量来说，2010 年仅次于美国而居世界第二位，但中国的文化事业却并没有随着全球化和经济水平的飞速发展而取得举世瞩目的成就，反而在“文化搭台、经济唱戏”等思想的误导下，致使中华民族优秀传统文化的传承与发展面临着前所未有的危机。

值得庆幸的是，党中央和国务院早已发现了当前中国的文化发展现状及其国际影响力与社会经济发展极不相称，也意识到了中华民族文化的快速发展对于我国当前及未来的经济建设以及在全球化浪潮的推动下成为世界强国的重要意义。早在 2011 年 7 月 1 日庆祝中国共产党成立 90 周年大会上，中共中央总书记胡锦涛发表讲话时就强调，要加快中国的文化体制改革，加快构建公共文化服务体系，加快发展文化事业和文化产业。他还指出，要着眼于推动中华文化走向世界，形成与中国国际地位相对称的文化软实力，提高中华文化的国际影响力。仅两个月后，在 2011 年 9 月 6 日于人民大会堂举行的中央文史研究馆成立 60 周年座谈会上，国务院总理温家宝再次指出，国家发展和民族振兴，不仅需要强大的经济力量，更需要强大的文化和道德的力量。没有先进文化的发展，没有全民族素质的提高，就不可能实现真正的现代化。

随后于 2011 年 10 月 15~18 日召开的中国共产党十七届六中全会更是通过了《中共中央关于深化文化体制改革 推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》。《决定》明确提出“坚持中国特色社会主义文化发展道路”，从时代要求与战略的角度，以高度的文化自觉和文化自信，第一次从文化纲领、文化目标、文化政策上提出了建设社会主义文化强国的奋斗目标，并指明了建设文化强国的“中国道路”。《决定》强调了中国文化创造与文化创新，其中与文化“创造”相关的表述在公报中出现多次，

有关文化“创新”的表述出现五次,包括“推进文化科技创新”、“文化是最需要创新的领域”、“创新文化走出去模式”、“创新文化管理体制”等。《决定》的“文化强国”战略表明国家强化了中华文化在国际竞争中作为软实力的重要性,吹响了从中国从经济强国向文化强国迈进的号角,并引发了国际华人的强烈关注。美国《芝加哥华语论坛》就此刊发评论员文章指出,建设文化强国海外华人任重而道远。在此大的背景下,如何推进已是经济强国的中国向文化强国迈进无疑既具有很强的现实意义,又具有十分重要的理论意义。

而实施文化强国战略,让文化真正成为一种软实力,发挥文化的资本效益,树立文化资本观,尤其是国家文化资本观,促进国家文化资本的积累,让国家文化资本可持续发展,在21世纪的今天就显得尤为迫切和重要。具体而言,国家文化资本的积累、发展和可持续则包含多种要素,诸如城市文化资本、企业文化资本、民族文化资本、个人文化资本、大学文化资本等。由于时空所限,本研究聚焦北京的城市文化资本及其品牌建设,通过考察北京,尤其是后奥运时代的北京城市文化资本建设及其品牌建设现状,结合北京具体的地域文化要素,综合采用社会学的田野调查法和应用统计学的调查法,从理论及现实、实践两个层面展开对北京城市文化资本定性及量化研究,以期揭示当前北京城市文化资本的积累及品牌建设中所具有的优势及存在的不足,为后奥运时代北京的城市文化资本和城市品牌建设,提升其城市形象乃至中国国家形象提供有益的参考和建设的新思路。

本研究由两部分组成。上篇重点关注北京的城市文化资本现状及未来的发展和利用策略,其中包括对北京现有的城市文化资本的各种形式所进行的质性与量化研究。文化作为一种资本的观念应归功于20世纪后半期法国著名的社会学家布尔迪厄。他在《资本的形式》一文中指出,资本以三种形式存在,既包括马克思所谓的(1)经济资本和(2)社会资本,也包括他所力主的第三种形式:文化资本,以及其后期反复使用的概念“象征资本”。在谈到“文化资本”时,布尔迪厄还进一步区分了文化资本的三种亚状态,即:(1)具体化状态的文化资本(下简称“具体化文化资本”);(2)物体化状态的文化资本(下简称:物体化文化资本);以及(3)体制化状态的文化资本(下简称:体制化文化资本)。而“城市文化资本”的概念则是受到法国社会学家布尔迪厄的启发,在由盖瑞·恩斯等人主编的《销售地方:作为文化首都/资本的城市,过去和现在》一书中得以系统呈现和加以运用的。作为人集中居住的城市,它的文化显然也是一种资本,从文

化资本的角度切入城市文化及品牌建设，我们将会对城市有着完全不同的认识，发现城市及其文化的许多新功能。

本研究的下篇聚焦北京城市形象的研究。北京城市形象既包括自我构建和对外宣传，也包括外界对北京的印象和认知。2011年1月份公布的《北京市十二五规划》提出了北京市的发展目标：“经济平稳较快发展，文化大发展繁荣、社会和谐稳定、城乡环境更加宜居，发展北京成为中国特色世界城市。”然而努力构建的城市形象和他者的实际感知是否存在差距？这是很值得研究和探讨的话题。本部分以文化话语学为视角，采用全球本土化（glocalization）为主要的理论框架，一方面从构建者的角度探讨了北京旅游推广和奥运品牌建设；另一方面从感知者的角度研究了中西旅游者的博客、西方主流媒体眼中的北京形象。

本研究历时三年，得到了北京市教育委员会和对外经济贸易大学科研处的大力支持和帮助，为北京市教育委员会共建重大项目《商务外语与跨文化商务竞争力研究》的子项目《后奥运时代北京文化资本研究与城市品牌建设》的标志性成果，也是对外经济贸易大学211工程“文学与文化资本研究”创新团队研究的阶段性成果。由于时间紧、任务重，本研究的成果肯定存在不足之处，敬请各位方家不吝指正。

当然本著作的成功出版，得益于很多师长和朋友的厚爱与帮助！在此我们要特别感谢对外经济贸易大学科研处王强处长、张瑞副处长、英语学院院长王立非教授、科研秘书刘阳、李梦婷，没有他们的大力支持与帮助，研究工作不可能这么快完成。我们还要特别感谢黄国文教授、吴东英教授、宋志伟女士和朱曙东先生，他们的指导和宝贵建议为课题的顺利结项奠定了基础。最后还要感谢2009年以来所有上过“文化资本引论”和“文化资本论”课程的本科生及研究生们。正是他们以小组形式组成的“文化资本”研究团队的热情投入及忘我且扎实的田野调查才使得这本著作从某种意义上来说变得厚重起来。特别感谢中国商务出版社的领导和编辑：李学新、钱建初、刘姝辰、云天等，正是他们的大力支持和帮助才使得这本著作能够尽快面世。感谢所有在这本著作的创作和出版过程给予过我们帮助的师长和朋友们。

目 录

绪 论	1
-----------	---

上 篇

第一章 文化、城市与资本	
——城市文化何以成为资本	3
第二章 当代城市文化资本：理论与实践研究述评	17
第三章 当代城市文化资本研究：理论创新与研究框架	25
第四章 作为城市文化资本的艺术社区：	
北京 798 艺术区文化资本初探	38
第五章 作为文化资本的艺术中心：	
北京尤伦斯文化艺术中心文化资本初探	82

下 篇

第六章 话语混合与全球本土化	
——北京旅游推广话语的个案研究	103
第七章 全球本土化与北京奥运会	
——一个文化符号学的视角	115
第八章 奥运与城市品牌	
——以悉尼、雅典和北京为例	126
第九章 北京旅游目的地形象的感知	
——中西旅游博客的多维话语分析	136
第十章 北京城市形象的媒体话语分析	
——以《纽约时报》为镜	156

上 篇

后奥运时代北京文化资本研究

本部分研究重点关注北京的城市文化资本现状及未来的发展策略，既包括理论探讨，也包含对北京城市文化资本所进行的实践研究的总结报告。

本部分研究从文化资本的概念入手，对文化资本和城市文化资本的国内外研究现状进行了述评，并以此为基础，提出北京城市文化资本的具体研究框架，并进一步结合北京现有的城市文化资本的要素，采用社会学的田野调查法、应用统计学的调查统计法以及案例分析法，从质性与量化两个方面对北京现有的各种形式的城市文化资本展开较为深入细致的研究。在此基础上，本研究还为北京未来的城市文化资本积累及建设提出了具体的意见和建议，以为北京未来的城市文化资本积累、城市规划及品牌建设提供有益的参考。

第一章 文化、城市与资本

——城市文化何以成为资本^①

许德金 高冲

随着人类文明的发展，尤其是现代工业文明的诞生及其在 20 世纪的迅猛发展，城市已经取代自然成为人类生活的中心。而伴随着现代科学技术的发展，人类的城市化步伐也从 19 世纪末开始大大地加快，到第二次世界大战结束后更是在西方发达资本主义国家达到了高潮。伴随着工业化和城市化——更确切地讲是郊区化(urbanization)，城市及城市文化自然而然地进入文学创作的视野，并成为中外尤其是西方现代及后现代小说家、诗人、散文家或讴歌或鄙夷甚至呕吐的对象。与此同时，城市化现象及城市文化也成为哲学家、社会学家、人类学家、艺术家、建筑学家、乃至科学家竞相关注的对象，也是现当代尤其是 20 世纪 70 年代以来中西方文化研究学者及社会学家重点研究的对象。

但遗憾的是，虽然众多的中外作家如雨果、歌德、列夫·托尔斯泰、菲茨杰拉德、索尔·贝娄、乔伊斯、狄更斯、波德莱尔、张爱玲、林语堂、钱钟书等数不胜数的外文文人笔下都有对现代城市及城市文化的深刻刻画，但在文学及文化批评研究中，城市及其文化的描摹只是传统批评研究的背景素材，在批评家和研究家的眼中它只是为刻画人物或情节推进服务的。即使是 20 世纪中后期在西方兴起的所谓大众文化研究与批评，其所关注的焦点也仅在所谓的文化消费主义及其大众文化的传播上，并将城市及其文化研究仅仅局限于大众文化及消费主义，却有意无意地忽视和忽略了城市、文化及其资本互动的多维向度。

鉴于此，本文拟从城市与城市文化及其资本的三向度互动关系出发，揭示城市文化能够成为资本的动因，并从文化的定义、文化城市化与城市文化化，文化资本化与资本文化化的角度切入城市文化及其资本的生成机

^① 本文大部分内容已以“城市文化何以成为资本?”为题发表于 CSSCI 来源期刊《外国文学》2012 年第二期，133~141。

制,希望能为当代的社会学、哲学、建筑学、尤其是文学及文化生态研究提供一个新的城市文化的阐释视角。

1. 文化的界定

要探究城市、文化与资本的互动关系,先得从文化说起。文化是一个看似简单,实则复杂的概念。不同的视角看文化,文化的含义及其疆界自然是不同的。很多人类学家、社会学家、历史学家、文学家、哲学家、语言学家乃至考古学家都曾染指文化的定义。据粗略统计,目前国内外对文化的定义已达200余种。在西方,文化更是人类学家主要研究的对象。爱德华·泰勒(Edward Tylor)早在1871年的《原始文化》(Primitive Culture)中就为“文化”下了这么一个定义:“文化是这样的一个复杂的整体,它包含知识、信仰、艺术、道义、法律、习俗以及人作为社会的一员所获得的其他各种能力和习惯。”而到了1952年,随着现代人类学的快速发展,美国社会学家A. L. 科洛波和C. 克拉克赫恩就列举了多达164种的文化定义,包括“习得的举止”、“内心的想法”、“逻辑建构”、“统计虚构”、“心理防御机制”,以及他们所倾向的“从举止中虚构出的东西”(参见:Encyclopaedia Britannica, 1984, v. 8, 1151)。

马修·阿诺德(1869)在其名著《文化与无政府》的前言中就曾这样强调和定义文化:本文全部用来建议文化是我们走出现在困境的巨大帮助,文化是我们通过学习去寻求一切与我们相关事物的完美的追求;是这个世界所想和所说的最好的东西;也是通过这种知识探求,在我们固有的思想与习惯上注入新鲜自由思想的涓涓细流。

英国著名文化研究学者雷蒙·威廉斯(Raymond Williams)也曾于1958年为文化下了个定义:“文化是一个社会或团体一系列具有明显的思想、物质、智识以及情感的特征,它除了包括艺术与文学,还包括个人生活方式、共同生活方式、价值体系、传统和信仰。”威廉斯的这个定义后于2002年被联合国教科文组织采纳,并由此广为传播和被引用。后来,威廉斯又在《关键词》一书的“文化”一章中专门探讨了文化的三种广义的用法:(1)作为一个独立和抽象的名词,它描述了一种学术、思想及艺术发展的总体进程;(2)作为一个独立的名词,不管是笼统还是具体使用,指的是一种特殊的生活方式,无论这种方式是指一个民族、一段时期、一群人,还是人类整体;(3)作为一个独立且抽象的名词,它还指学术尤其是艺术活动的作品与实践。而这第三种,威廉斯认为就是他那个时候最常用

的用法：比如“文化就是音乐、文学、绘画与雕塑、戏剧与电影”（Williams, 90）。

与文化研究学者威廉斯及其他学者所不同的是，麦克卢（W. C. McGrew）将文化定义为一个过程而不是一种知识（结果）。他认为这个过程包括六个具体步骤，但他同时也认为这样去定义文化过于苛刻了，尤其是对于原始文化而言，这样的定义不切实际。无论如何，他坚持认为文化是一种具体的行为，这种行为需要后天学习获得，至少会部分受到社会的影响，且因具体的团体不同而有所不同。

其他的（跨）文化研究学者如爱德华·霍尔（Edward Hall）、吉尔特·霍夫斯蒂德（Geert Hofstede）、海伦·斯宾塞-欧迪（Hellen Spencer-Oatey）等也都对文化下过定义，并将之形象地比喻为“洋葱”，因为他们认为文化具有层次，其各个层次间的关系就像多层的洋葱一样，每一层都影响着另外一层。尤其是在斯宾塞-欧迪看来，“文化是一个民族所共有的一系列模糊的态度、信仰、行为习惯、基本设想和价值观，而这些态度、信仰、行为习惯、基本设想和价值观则会影响每个成员的行为和每个成员对其他成员行为的阐释”（Spencer-Oatey, 4）。虽然文化“洋葱”论很形象，但其明显具有片面性：洋葱论的出发点是为跨文化交际找到理论支点，强调的是跨文化交流中“文化洋葱”最内层的作用。问题在于：文化并非像理论家所说的那样能够进行明显的分层，而且这种洋葱论也并没有揭示文化的实质。

虽然西方对文化的定义五花八门，但总体而言，都涉及如下几点：（1）文化具有一定的民族或团体的维度（向度），换言之，文化都是与具体的民族或社会团体相联系的，不存在一种纯抽象的、放之四海而皆准的、虚空的文化；（2）文化既包含物质的，也包含精神的、经验的东西；（3）文化的概念虽然抽象，但是都要通过具体的形式体现出来：我们平常所说的文化一般都是具体有所指的，比如企业文化，服饰文化等等；（4）文化与文明在抽象的意义上是可以互换使用的；但在具体的用法上，是有区别的。简言之，文化可以说既是人类总体物质方面的积淀，也是人类群体生活方式与生存体验的总结。

无论是上述哪种定义，其基本方法采用的是本质描述法，即为定义文化本身的内涵而去定义。其实，理解文化的概念，我们还有一种方法，那就是逆向思考：从回答哪些是文化，转而回答哪些不是文化，从否定和相对论的角度也许我们更能窥知文化的要义。要回答哪些不是文化可能要比描述哪些是文化要相对容易些：答案是“自然”。如果我们以“自然”为

参照系,那么文化也可以这么去理解和定义:即一切非“自然”即“人造”的东西都是文化:既包括物质的,也包括非物质的。由此以来,我们就可以总结出区分文化与非文化的两大明显特征:(1)一切与人类生活、劳动等相关的事物都属于文化;(2)一切非或反自然的也都是文化。也就是说,文化的本质特征是反(非)自然的,这也正契合了当代中外盛行的生态主义的思潮:人类创造的文化越多,就越反自然,也就越让人类日益滑入毁灭的深渊。

从本质上来说,无论是中国古代的“天人合一”的思想,还是西方的“大生物链”理论,虽然都强调人与自然的和谐统一,但本质上都是人类中心主义的产物,其立足点在于人类自身,即以人为自然或宇宙的中心而非把人类放到大自然中,并当作大自然中的一根链条来看待人与其创造的文化。这些思想在当代的生态主义者,尤其是所谓的“深度生态主义者”(deep ecologist)看来,都是违背自然生态规律的,因而必须摒弃才能最终挽救文化,尤其是后工业城市文化(文明)泥坑中的人类及其所创造的所谓的文明社会。

2. 文化城市化与城市文化化

随着人类由原始社会步入封建庄园及其奴隶制度,再到现代工业文明的资本主义社会,人类的文化也由原初的部落或民族文化逐渐过渡到封建庄园文化和现代的城市文化。尤其是现代科学技术的发展,促成了人类工业文明的诞生,并直接导致现代城市乃至现代大都市的诞生,文化正是在人类现代城市化的进程中也越来越城市化,并呈现多极文化分化的现象,出现了所谓的“高雅文化”与“低俗文化”、“资产阶级文化”与“无产阶级文化”、“市民文化”与“高层文化”、“精英文化”与“大众文化”等的区别,亦即布尔迪厄所谓的“区隔”。文化正是随着人类城市化的进程而越来越依赖于城市,亦即越来越城市化,并成为城市化的必然组成部分。

这也是为什么笔者认为19世纪以来的西方现代文学可以称为现代城(都)市文学,城市的相对密闭和自主的文化空间成为文学绝佳的写作场域,对城市的书写与描摹无疑也就成为现代西方文学的主旋律,称其为城市文学应当并不为过。于是我们看到的是西方现代主义文学中五光十色、光怪陆离的城市及其独特的文化现象:索尔·贝娄笔下的芝加哥、雨果和波德莱尔笔下的巴黎、乔伊斯笔下的都柏林、狄更斯小说中的伦敦等。文

化的城市化可以说是人类科技进步、工业发展的必然结果：失去了土地的人们，越来越远离自然、靠进入各种产业打工赚钱生存；越来越城市化的人们，只能聚集在自建的犹如坟墓般的城市堡垒中生活。从这种意义上来说，文化的城市化既是一种必然，也是一种或然。

如果说文化的城市化是一种或然中的必然，那么城市文化化则是一种必然中的或然。随着 20 世纪世界城市化进程的加速，越来越多的城市涌现在人们的视野当中，于是众多城市的生存与发展就成为现当代人们所关注的焦点。城市发展的特色及内涵也自然进入人们的视野：城市要生存和可持续发展就必须有独特的城市文化作为支撑，没有自身文化特色的城市就如个体的人一样，是不会被这个世界所认可的，也更不可能有所发展；于是城市的文化化也就成为一种必然中的或然。城市文化的建设及其所谓的内涵式发展就是城市文化化的最好体现。于是我们看到的又是两极分化的现象：有的城市文化化追求的是在保持原有城市文化风貌的基础上进行文化建设；而有的城市文化化秉承的却是“打破旧世界、建设新世界”的原则进行城市文化建设。城市文化化发展的结果就是形成许多独具特色的城市文化：如北京的首都文化、南京的金陵文化、重庆的巴蜀文化、青岛的啤酒文化、美国底特律的汽车文化、洛杉矶的好莱坞文化、梵蒂冈的宗教文化、法国戛纳的国际电影文化等等。城市文化化的独特景观在中西的文学中都有不同程度的再现，城市文化化的不同境遇也在城市文学的描摹和书写中得以重现和再生：纽约、伦敦、都柏林、上海、北京、香港、巴黎等等，都能在现当代中西方城市文学中找到它们各自城市文化化的缩影。

有趣的是，文化城市化和城市文化化并非让每一位生活在现代都市里的文人和艺术家都感到舒心和满意，而是往往让他们既恨又爱。被誉为现代派鼻祖的法国作家波德莱尔(Charles Baudelaire, 1821—1867)就把他赖以成长的欧洲大都市巴黎一方面当做抨击对象——在其作品如《恶之花》、《巴黎的忧郁》中，波德莱尔对巴黎城市文化的阴暗面和畸形的社会文化现状进行了无情的鞭挞、讽刺和挖苦，以抒发作家的愤懑不平；另一方面，波德莱尔又对当时是欧洲艺术圣地的巴黎城爱不释手，以致在他后来去印度远行的路上出于对巴黎城市文化的眷恋而中途折返，并从此很少离开巴黎。波德莱尔对巴黎城市文化的热爱与眷恋也可以从他的上述两本诗集的部分诗篇中窥见。从某种意义上来说，巴黎的城市文化化给了波德莱尔的艺术生命和创作的源泉；而现代文化城市化的丑陋同时也让从小丧父的波德莱尔原本孤独、消极的浪漫主义情怀得到了进一步的震颤和加强，也使他对巴黎这座光怪陆离、放荡不羁的城市又怀有极端的憎恶之情。爱

与憎在作家内心的交织最终催生了世界文学史上的奇葩——《恶之花》。

3. 文化资本化与资本文化化

在文化进入城市、城市热烈拥抱文化和不断创造文化的同时，文化作为一种非物质资源如同其他稀缺资源一样，随着资本主义工业文明的进步、科学技术的发展而越来越被资本化。换言之，原本是被看做非功利的、抽象的、人类文明的集大成者的文化也在资本主义以逐利为唯一目的的驱使下被功利化、物质化、具体化和资本化了。可问题是：文化到底是如何与资本勾连到一起的？要回答这个问题，还得先从法国的社会学之父孔德(Auguste Comte)说起。

孔德认为资本起源于人类劳动，当产出大于消费时，多余的产出便会积累起来，并代代相传(古德纳，25)。后来他还在《社会政体体制》中直接提及文化资本的概念。孔德认为，高出消费需求的产出部分通过时间的积累转换成耐用性的资本。这里孔德继承了人类学广义上的“文化”概念，将政治经济学和社会学相互交融，形成了文化资本观念的最初萌芽。古德纳也曾在《作为文化资产阶级的新阶级》中认为：事实上，这种文化向资产的转变，资产可以为私人所用并传之后代，正是古典政治经济学家所称的“资本”。资本是对文化的私人占有，是把文化共有圈作私有(25)。

继孔德、古德纳之后，法国另一著名的社会学家布尔迪厄(Pierre Bourdieu)通过对法国教育再生产的社会学研究再次指出，资本是社会内在规律的潜在原则。资本同时是积累的劳动，其积累需要经过一定的时间，并能产生利润。资本的各种类型与子类型的分配结构正代表人类社会世界的内在结构。他认为，人们一般只考虑经济理论中的资本，然而资本这种一向被视为十分“物质”的事物，完全可能以非物质的文化资本的形式出现——即本文所谓的文化资本化。在布尔迪厄看来，文化虽不会直接转变成金钱，但却可以以一种隐形的方式产生利润。他坚持认为文化与经济上的资本有一些共同点，并特别表明文化“习惯和倾向”构成一个能够产生利润的源泉；它们可以为个人或团体所垄断，并在适当的条件下，可以代代传衍。

与马克思的资本二分法所不同的是，布尔迪厄认为资本是以多种形态存在的，文化资本也是其中的一种。在《教育社会研究与理论手册》的“资本的形式”一章中，布尔迪厄指出资本有三种基本形式：即，经济资本(economic capital)、社会资本(social capital)和文化资本(cultural cap-

ital);而在其后期的著作中他又探讨了一种新的资本形式:象征资本(symbolic capital)。资本,在布尔迪厄看来,通过在场域中不同社会位置上的不平均分布而发挥效益,它凝结着社会成员之间的不平等关系,体现了社会资源的分配不公。他还认为,各种形态的资本之间可以互相转换,转换的比率随场域条件而发生变化。然而,布尔迪厄没有囿于经济关系和经济资本,而直接转向尚未被马克思主义政治经济学所开垦的文化领域。他认为,文化资本在某些条件下可以转换成经济资本,它往往是以教育资格的形式被制度化的。

就文化资本化问题,布尔迪厄简单总结并区分了三种具体的文化资本的形式:(1)具体化的文化资本,以精神和身体的持久“性情”的形式存在;(2)物化的文化资本,以文化商品的形式(图片、书籍、词典、工具、机器等等)存在,这些商品是理论留下的痕迹或理论的具体显现,或是对这些理论、问题的批判,等等;(3)制度(体制)化的文化资本,它以一种客观化的形式存在,这一形式必须被区别对待(就像我们在教育资格中观察到的那样)。在《理解布尔迪厄》(Webb et al., 2002)一书中,韦伯是这样解释布尔迪厄社会学意义上的“文化资本”:一种属于文化正統的趣味、消费方式、社会属性、技能和判断的价值形式。譬如在教育场域里,是一种构成文化资本的学术资历。

作为一种后马克思主义时代的典型的资本形式,文化资本在布尔迪厄看来是个人经过不断学习逐渐积累起来的,与个人的资本密不可分。布尔迪厄的文化资本理论扩大了马克思主义政治经济学的“资本”概念,在一定意义上强调了个人在成长过程中所形成的个人文化资本及其所蕴含的社会意义(家庭、学校与高等教育体制)。

布尔迪厄的文化资本论在国内外都激起了很大反响。自从其系统地提出文化资本理论之后,文化资本论就被广泛应用于社会学、人类学、经济学、文学、乃至地理学、生物学等领域,包括教育再生产、文学与文化经典形成研究等均随处可见文化资本论的身影。

但值得注意的是,从布尔迪厄系统地提出“文化资本”论到后来学者将此理论挪用到教育、文化及其他领域,文化资本的“私有性”一直存在并被强调。古德纳在《知识分子的未来和新阶级的兴起》一书中认为,文化变成资本的前提是,文化生产出来的商品必须被私人占有,而且拒绝为那些缺乏文化的人带来经济上的收入(参见:Gouldner, 19~21; 28~31)。因此,在国外,无论文化资本理论扩展到哪个领域,都是以强调文化资本的个(私)人累积性为出发点。