

欲望修辞与文化守夜

——全球化视域中的中国大众文化研究

范玉刚 著



中国文联出版社

欲望修辞与文化守夜

——全球化视域中的中国大众文化研究

中国文联出版社

图书在版编目（CIP）数据

欲望修辞与文化守夜：全球化视域中的中国大众文化研究

/ 范玉刚著. —北京：中国文联出版社，2008.7

ISBN 978-7-5059-5955-2

I . 欲… II . 范… III . 文化—研究—中国 IV . G122

中国版本图书馆CIP数据核字(2008)第099075号

书 名	欲望修辞与文化守夜——全球化视域中的中国大众文化研究
作 者	范玉刚
出 版	中国文联出版社
发 行	中国文联出版社 发行部 (010-65389150)
地 址	北京农展馆南里10号(100125)
经 销	全国新华书店
责任编辑	李满意
责任印制	焉松杰 李满意
印 刷	中国农业出版社印刷厂
开 本	720×980 1/16
印 张	23.5
插 页	6 页
版 次	2008年7月第1版第1次印刷
书 号	ISBN 978-7-5059-5955-2
定 价	48.00元

您若想详细了解我社的出版物

请登陆我们出版社的网站<http://www.cflacp.com>

感谢中国博士后基金会资助

感谢中央党校科研部、马克思主义研究基金会资助

《玛丽莲·梦露》
[美]安迪·沃霍尔
丙烯丝网上着彩
1962 年



《是什么使今天的家庭如此非凡?》
[英]理查德·汉弥尔顿
印刷品拼贴
26×25cm
1956 年



《都市系列》(局部 1、2)

冯远

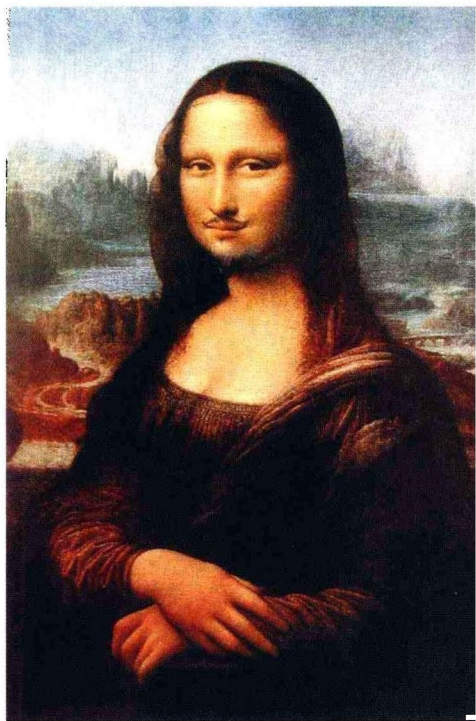
国画

219 × 51cm × 8

2000 年

画家以幽默反讽的笔触，现实主义地展示了社会转型期都市各阶层的众生相。





《L.H.O.O.Q.》

马塞尔·杜尚

19 × 12.7cm

1919 年

纽约, 玛丽西斯勒夫人藏



《娶》

王晋

行为艺术

1995 年



不是我不明白,而是世界变化快。

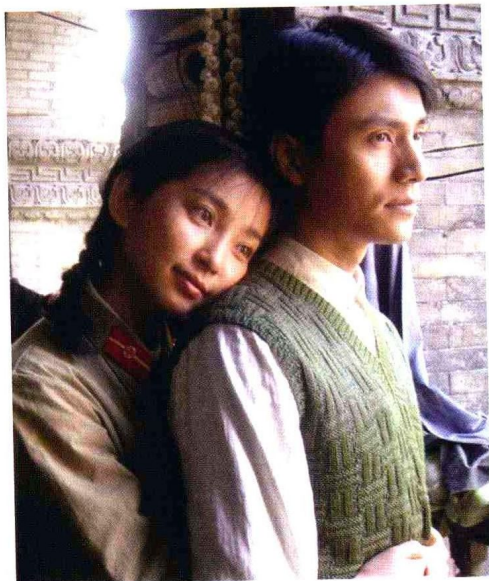


生活在别处往往成为大众追逐的梦幻。



电子美人——最出色的演员寺井由纪，是日本最著名的CG偶像之一，她几乎出现在所有的大众媒体中，受到无数大众狂热喜爱。

“韩流”不仅成为中国青少年追逐的偶像，韩国电视剧还成为一个时期中青年女性午夜的精神大餐。



《云水谣》的成功，在于它不仅建构了主流、正面价值观，而且融入一种健康积极向上的富有智慧和幽默感的娱乐精神，从而得以有效地使主流文化价值获得观众认同。



“超女”照片

“超女”的影响已超过草根阶层,而成为一个大众娱乐文化事件,它不仅开创了媒体的赢利模式,还引起多方面的“商业”开发,更有艺术家以雕塑的形式“纪念”之。

超女纪念碑
深圳雕塑院,孙振华等创作
2007年





《夜宴》剧照(导演:冯小刚)

无论是冯小刚的《夜宴》(1.3 亿)还是张艺谋的《满城尽带黄金甲》(2 个多亿),虽然制造了中国电影的“票房神话”,但在赢得市场的同时却未能赢得大众内心的喝彩。中国大众文化如何“讲自己的故事”?如何进行“程式配方”?如何展示民族的国家的文化形象?都给我们留下了思考的空间。



《满城尽带黄金甲》剧照(导演:张艺谋)



《大批判——可口可乐》

王广义

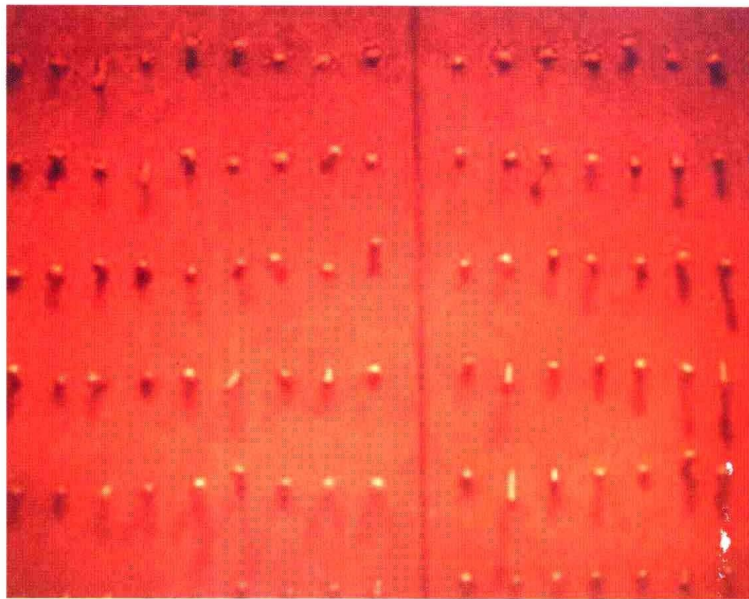
油画

1990 年

《大红门》

张宏图(作品出自《首届
广州当代艺术三年展》)

装置艺术



作品戏拟故宫一扇大红门样式,采用似男性生殖器的形象作为门钉进行排列。此艺术品充斥了某种政治意味,我们不禁要问:“‘门’能消解吗?”

序

任教于中央党校的范玉刚博士近十多年来一直关注文化研究,特别是大众文化问题,先后在《文学评论》、《哲学研究》、《文艺研究》等重要学术刊物发表了不少颇具影响的研究论文。《欲望修辞与文化守夜——全球化视域中的中国大众文化研究》一书是他在山东大学文学院博士后流动工作站做博士后研究的工作报告,从一定程度上讲是其多年来相关研究的一个总结性成果。玉刚希望我为这本即将出版的著作做序,因为我对本书的研究初衷和写作过程有较多了解,再加上出席玉刚出站报告会的诸位先生均给予其研究工作以很高的评价,使我进一步确信本书确属有新意有价值之作,所以便痛快地应允了他的请求,不揣浅陋,写下如下几点阅读感想,期望学界同仁能藉此而对其为文之用心有所体认,同时对本成果的价值所在有更多更深的理解。

大众文化的崛起及其理论上的研究皆非始于今日。一般来说,大众文化的兴起和繁荣发展是与现代化历史进程中社会生活的民主化、多元化相关联,特别是与现代市民社会或曰中产阶级的崛起以及市场经济背景下大众媒体的发展密切相关的。在西方,自上世纪四五十年代起,大众文化现象即开始进入理论研究和学术批评的视野。在我国,上世纪80年代以后随着社会经济、政治与文化格局的变动和转型,尤其是大众媒体的快速发展和通俗文化大潮的不断涌动,大众文化现象也逐渐成为理论研究的话题,以至于成为热点或焦点性的问题。然而如果我们认真检索一下以往诸多研究成果的话则不难发现,中国学界以往的相关研究也还是存在不少问题的,比如问题意识的欠缺,价值立场的失位,创新精神的匮乏,如此等等,难以一一枚举。可以说,玉刚的研究工作就是在反思和总结以往研究之得失的基础上展开的。在我看来,这部著作至少有这样几个令人印象深刻的特点:

首先,是力图使研究对象澄明、确然起来的自觉努力。在以往的许多相关研究中,“大众”、“大众文化”一直是夹缠不清的概念,模糊游移,飘飘忽忽,令人有云山雾罩、不知所以之感。玉刚这部著作没有使人陷入概念术语的迷魂阵中,而是明确指出“大众文化”之“大众”绝非世俗意义上的民众或群众,它不是革命话语或革命史叙述中作为历史主体的“人民大众”,也不是

传统意义上被主流排斥或边缘化作为草根阶层的“底层民众”，其确切所指应该是市场经济下世俗化日常生活中涌现出的特定消费群体，具体讲就是新崛起的、能够消费得起“大众文化”的中产阶层。“大众”概念既有其特定内涵，又是一个流动的、并不自明的概念，同时在一定意义上说“大众”和“大众文化”又具有生产的互为性。透过大众文化的流行和时尚化运作，以及其生成关键词，可以洞察到大众文化是依据一定商业利益原则大规模地制造出来的，并具有再生产的环节和意义，它承担着中产阶层话语空间扩张和新意识形态重构的使命。中国当下急速扩张的大众文化主要是中产阶层形构的消费主义意识形态的外化，一种争夺权力话语的微观政治学，并被赋予了新阶层文化和审美“合法性”的辩护功能。生成中的大众文化恰好契合了新崛起的中产阶层“自我想像”的欲望表达，天然地成了他们的文化守夜人。这里，概念的界定没有含混之处，明晰的界定清楚地圈划出自己的研究对象和范围，为全书相关论题的展开奠定了稳实的基础。

其次，研究方法上有所创新，玉刚综合了现象学、马克思主义的政治经济学以及文化批评学的多话语融合的语境分析，体现了学理分析的历史意识与辩证精神。玉刚认为就大众文化的内生产机制而言，其本质是技术的，但就其历史生成语境来说，它之所以能够在消费社会的文化生产与消费的格局与版图中占据显要位置，在于它契合了当下世界性经济、政治和文化的一体化趋势，其流行和运作本身就是文化经济化和经济文化化的表征，因此对大众文化的研究和评判不仅要着眼于其运行的显在层面，分析其众相斑斓的感性奇观，还应沉潜于历史深处，洞察其背后的制约力量。在此基础上，玉刚进一步分析指出，作为中国现代化催生的产物，大众文化自身有着更多现代性诉求，表现在消解政治神圣化，形塑公共空间，改写多元文化格局和确立多元消费主体及文化消费的民主化，引导和培育市民某种生活趣味和文化品位等等，进而在现代社会运行中成为一种建设性的力量。在中国当下社会中，大众文化对精英文化、政治神圣性和具有专制主义倾向的话语霸权有其解构作用，而这种解构本身又开辟了文化普及的新路径，还推进了文化民主化进程，带动了文化产业的发展，对公共空间、市民社会的形成和现代化全面深入的推进，甚至对民众现代人格、现代观念、现代生活及思维方式的培育均有其无可置疑的作用和不可漠视的价值。同时玉刚又一再指出，必须看到大众文化的技术化本质，洞悉其背后文化资本的力量和商品生产的逻辑。这种分析和看法通贯着深厚的历史感，蕴涵着辩证理性精神，具有令人信服的理论力量。

再次，是鲜明的价值取向和立足民族本位的战略性文化发展眼光。承

认大众文化历史生成的现实合理性,并不就意味着研究者一定要站在大众文化的立场上说话。玉刚从总结历史经验指出,即使在多元文化的繁荣之际,在社会运行的主流层面也需要有一种主导文化类型存在。在市场环境下,主流文化、精英文化与大众文化的生存和发展既需要遵循竞争关系下新的游戏规则,同时也需要一种体现社会主导价值的文化类型实施文化领域里的领导权。这是一国之内规范各种文化发展,增强社会核心价值凝聚力的必要方式。同时,在全球化的背景之下,这也是发展民族文化,抵御文化帝国主义的战略举措。只有基于现有国情和民族文化发展现状,才能制定出切实可行的中国大众文化发展战略,并在不断优化文化产品内容和提高精神品质的基础上,既以优秀多样的文化产品满足普通民众的文化消费需求,又使大众文化的社会生产成为传播中华民族声音和建构中国形象的重要渠道和平台。玉刚的研究既对中国当代社会精神文化价值的形塑抱有坚定的志向,也对中华民族文化发展的现状和未来存有深切的忧思和憧憬,其现实关怀的价值指向和民族本位的战略思考符合中国传统上“文章合为时而著,歌诗和为事而作”的古训,体现了人文学术的真谛。这种学术研究与那些只是泛泛地对大众文化景观作现象化描述,而对其内在精神价值却不加深究和评鹭的时髦性著述是完全不同的。

我素来以为,学术研究有两种类型,一种是知识拓展型的,以实证性的事实考辨和知识的扩充与积累为目的,一种是思想创新型的,以批判性的理性思考、价值评判和观念建构为追求。尽管前一种学术研究也自有其不容忽视和替代的价值,但我个人还是更为欣赏后一种类型。一个时代精神文化的建设是需要有思想的学术研究来支撑的,对中国这样一个泱泱大国来说思想的创新更是必不可少。没有思想的创新,中国的学术研究就难以在世界学术界获得一席之地,就难以发出自己独特的声音,相应地,中国的文化建设包括大众文化的发展也就难以真正树立起自己的国家形象。文化的国家形象是要以民族的精神和灵魂为内在生命支撑的,思想上的创新就是使民族生成与涵养精神和灵魂的事业。令我感到高兴的是,玉刚显然是走在后一条道路之上。我希望他能在这条道路上走得更远,在学术的跋涉和思想的追问中,为自己也为中国学界展现出更多的理论风景。

是为序。

谭好哲

2008年6月19日于济南千佛山下寓所

目 录

序	(1)
导 论 文化研究的全球视野与问题意识	(1)
一、缘起与问题意识	(2)
二、文化研究:概念与辐辏	(10)
三、“文化研究”的内在理路与重新语境化	(17)
四、研究范式与中国大众文化批评的“错位”	(37)
第一章 文化的凸显与世界文化思潮	(43)
一、全球化作为当下的一种境遇	(43)
二、后现代主义文化思潮	(56)
三、文化价值论:可能的和可行的	(75)
第二章 多维文化视野中的大众文化生成	(100)
一、大众文化生成的语境	(101)
二、当下语境中的“大众”与“大众文化”辨析	(110)
三、大众传媒与新型文化媒介人	(120)
四、大众文化:现代性的后果	(131)
第三章 众相斑斓——中国大众文化秀	(145)
一、娱乐奇观:从“超女”到“好男儿”	(147)
二、色彩斑斓:从“红色”到“杂色”纷呈	(160)
三、文化“乱象”:从“大话”到“恶搞”	(170)
四、缝合与整容:“韩流”的温情与梦幻	(183)
五、快乐地消费:休闲的文化身份	(193)
六、下坠与守护:市场化中的文学底线	(198)
七、视像与快感:“新美学”的流行与美学何为	(205)
第四章 大众文化的运作机制与多元竞争格局	(220)
一、大众文化的运作逻辑与程式配方	(220)
二、命名:大众文化时代	(233)
三、主流文化、大众文化和精英文化的多元互动	(241)

	四、“先进文化”理念辩证	(247)
第五章	大众文化的崛起与文化领导权的重构	(256)
	一、“霸权”概念的历史性出场	(256)
	二、大众文化的僭越与消费主义意识形态的蔓延	(268)
	三、文化力量的博弈与文化领导权重构	(287)
	四、以文化的方式牢牢掌握文化领导权	(292)
第六章	中国大众文化的可持续发展	(308)
	一、大众文化发展战略	(309)
	二、大众文化的可持续发展	(316)
	三、文化认同与“软实力”的提升	(326)
	四、中国形象:定位于全球化与民族化之间	(332)
结 语	“文化研究”的局限与期望	(348)
参考书目		(363)
跋		(369)