

理论范式与意义实践：
当代传媒文化前沿问题研究

刘中望 著

湘潭大学出版社

理论范式与意义实践： 当代传媒文化前沿问题研究

刘中望 著

图书在版编目(CIP)数据

理论范式与意义实践: 当代传媒文化前沿问题研究 /
刘中望著. —湘潭: 湘潭大学出版社, 2015.8
ISBN 978-7-81128-837-7

I. ①理… II. ①刘… III. ①传播媒介—文化研究
IV. ①G206.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015)第 176656 号

理论范式与意义实践: 当代传媒文化前沿问题研究

刘中望 著

责任编辑: 陈美桥

封面设计: 孙艺哲

出版发行: 湘潭大学出版社

社 址: 湖南省湘潭市 湘潭大学出版大楼

电话(传真): 0731-58298966 邮编: 411105

网 址: <http://press.xtu.edu.cn>

印 刷: 长沙鸿和印务有限公司

经 销: 湖南省新华书店

开 本: 880×1230 1/32

印 张: 9.5

字 数: 220 千字

版 次: 2015 年 8 月第 1 版

印 次: 2015 年 8 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-81128-837-7

定 价: 29.00 元

(版权所有 严禁翻印)

本书系国家新闻出版广电总局社科项目“我国植入式广告的法规管理研究”(2011GD78)、湖南省软科学重点项目“湖南广告产业竞争力研究”(2012ZK2049)的阶段性成果

目 录

上编 理论篇：

约翰·菲斯克大众文化理论研究

第一章 约翰·菲斯克大众文化理论的系统构成	3
第一节 大众文化的基本定义	13
第二节 大众文化的文本属性	17
第三节 大众文化的两种经济	25
第四节 大众文化的个案解读	28
第二章 约翰·菲斯克大众文化理论的综合研究	39
第一节 探源研究	40
第二节 历时研究	51
第三节 共时研究	65
第三章 约翰·菲斯克大众文化理论的总体评价	77
第一节 突出贡献	78
第二节 主要不足	84
第三节 启示意义	89

中编 文本篇:

湖南电视现象研究

第四章 湖南电视现象的文化阐释 103

第一节 超女时代湖南电视现象的文化阐释 104

第二节 后超女时代湖南电视现象的传播学分析 112

第三节 后超女时代湖南电视现象的文化阐释 124

第五章 湖南电视现象的个案分析 133

第一节 “脱口秀”电视节目《越策越开心》的文化策略 133

第二节 对决真人秀《我是歌手》的音乐精神与媒介技术 145

下编 实践篇:

技术变革与媒介文化研究

第六章 新媒介技术与新闻传播方式创新研究 161

第一节 互联网媒介新技术与当代生活方式 162

第二节 微博议程设置路径与用户认知模式的实证研究 174

第三节 唐湘岳 27 组系列报道的现代性选择及融媒实践 189

第七章 现当代武侠小说中的“玄幻”文化研究 202

第一节 凤歌《沧海》“北落师门”形象的多重意蕴 203

第二节 《绝句·诀去楼》《蓝莲花》的后现代主义文化技术 215

第三节 还珠楼主“玄幻”武侠作品的当代价值及其开发	224
第八章 现代广告文化与广告教学改革研究	230
第一节 我国烟草广告的文化策略与营销传播	230
第二节 现代广告的社会文化批判	247
第三节 头脑风暴法与广告教学改革的研究与实践	260
参考文献	275
后记	292

上编 理论篇：
约翰·菲斯克大众文化理论研究

第一章

约翰·菲斯克大众文化理论的系统构成

“90年代中国批评界一个引人注目的走势或许就是从文学批评向文化研究的转化。”^①这已日益成为当代中国文艺研究界的共识，特别是进入21世纪以来，关联“文艺理论的终结”“文学死了”“视觉文化”“读图时代”“文学性”等热门、重要、前沿的文化学、文艺学学术话题，文化研究等成为学界时下比较红火的研究领域，且亦有不断升温、愈演愈烈、席卷整个社会科学的发展势头。伴随讲求“政治性、实践性、开放性”等研究品格的文化研究的不断开展，大众文化研究也越来越受到学界的重视，涌现出的一大批学术著作、硕博论文、学理文章即是此间明证，中国的大众文化研究呈现出前所未有的兴盛局面。

具体来说，20世纪90年代中期在中国大陆兴起的大众文化

^① 陶东风：《文化研究：西方与中国》，北京师范大学出版社2002年版，前言，第1页。

研究热潮中,我国陆续出版了《大众文化的乌托邦》(陈刚著,作家出版社1996年版)、《形象与生存——审美时代的文化理论》(肖鹰著,作家出版社1996年版)、《当代中国大众文化研究》(黄会林主编,北京师范大学出版社1998年版)、《扩张与危机——当代审美文化研究》(王德胜著,河南人民出版社1998年版)、《当代中国大众文化论》(邹广文著,辽宁大学出版社2000年版)、《整合与颠覆:大众文化的辩证法:法兰克福学派大众文化理论》(赵勇著,北京大学出版社2002年版)、《流行的代价:法兰克福学派大众文化批判理论研究》(尤战生著,山东大学出版社2006年版)等一系列专著,金民卿、赵勇、傅守祥、刘水平、尤战生、姜华、周兴杰、杨玲、惠敏、王立红、张贞等10多位博士论文选题聚焦大众文化理论,此外,国内各类学术期刊共发表了上千篇大众文化研究的专项论文,“大众文化”关联“人文精神”“转型期知识分子”“审美日常化”“生活方式”“中国文化发展”等热门话题,被予以广泛讨论。但审视中国大众文化研究现状,我们不难发现,大部分学者、大量学术文章的言说资源、话语方式均取自法兰克福学派的大众文化批判理论和伯明翰学派的文化理论,其中,阿多诺《启蒙辩证法》一书中《文化工业:作为大众欺骗的启蒙》全章、《电视与大众文化模式》一文(载《外国美学》第九辑,商务印书馆1992年版)被最为广泛引用和倚重。借助如上的西方学术话语,中国学术界也大力痛斥大众文化缺乏深度、平面化、商业化、低俗化、模式化、复制性、麻醉性,他们极力抨击大众文化的消费者沉溺感官刺激、崇

拜技术主义、丧失个性与鉴别力、消解人文精神、放弃批判立场、缺少终极追求。“我国学术界主要倾向于批判大众文化的负面作用，忽视了大众文化与现代传媒、现代科技和现代生活的密切联系。”^① 这种出自精英主义、悲观主义视域而审视出的“大众文化”的“负面性”研究，在某种意义上，便成为当代中国大众文化研究的主要表征物，研究相当热门，影响亦十分广泛。

其实，正如有的论者所指出的：“许多人机械套用法兰克福学派的大众文化批判理论以及美国文化理论家杰姆逊的观点，批判中国大众文化的商业主义倾向与平面化、机械复制、感官刺激等文本特征，而没有能够结合中国社会与文化结构的历史性转型，把大众文化的出现与特征放置在这个整体性转型（尤其是文化的世俗化）的过程中来把握。结果是中国的的大众文化批判带有明显的知识分子个人情绪色彩以及精英主义的价值取向。这种倾向的产生一方面源于把文化视为超越自主领域的思维取向，另一方面则因为对中国社会结构的整体变迁这个大众文化得以产生的具体语境缺少总体把握。结果我们发现，对于中国大众文化的分析范式与评判标准基本上与法兰克福学派的批判理论没有多少差异。事实上，西方的大众文化批判理论，包括法兰克福学派理论，都是产生于自身的特定社会文化语境之中，随着历史的发展，它自身尚且需要不断地重新语境化。如果说在英、美这两个文化传统与社会制度比较相近的国家，大众文化研究的‘出口’

^① 金元浦：《重新审视大众文化》，《中国社会科学》2000年第6期。

尚且需要谨慎对待,那么在社会文化差异悬殊的中国与西方国家之间,大众文化理论的移植就必须更加慎之又慎。”^①阿多诺式的西方大众文化研究话语植根于西方尤其是欧洲大陆当时的资本主义文化、社会、政治语境之下,本服从于对技术主义盛行、权力至上泛滥、异化现象普遍等大文化语境的直接批判,言说方式中深蕴着激进政治、反大众文化、意识形态革命的内在质素。文化语境不同,问题意识自当相异。援引西方理论资源解读中国大众文化问题,固然应该博采众长、推陈出新,但仍当着眼中国文化传统、关注本土社会经验,尤其不能忽视对新时期中国大众文化盛行的背景、原因做全面、审慎的考察。

事实上,新时期的中国社会明显不同于阿多诺批判视野下的西方资本主义制度及其意识形态现状,正基于此,我们对中国目前大众文化的研究自当有所不同。“遗憾的是,当今大陆多数从事大众文化批判的学者在援用法兰克福批判理论的时候,恰好忘记了中国问题研究的一个基本方法论前提:西方的研究范式与中国的本土经验必须形成良性的互动关系。一方面,我们不能拒绝西方的理论资源;另一方面,也不能用西方理论宰割中国的经验事实。由于中国的大众文化批判没能充分考虑中、西方社会文化的差异,因而也就极大地忽视了在当代西方历史语境中产生的文化批判理论(包括法兰克福批判理论)在学理范型、问题意识、价值取向等方面与中国社会现实的错位与脱节。如果我们承认中

^① 陶东风:《文化研究:西方与中国》,北京师范大学出版社2002年版,第21页。

国社会文化所处的历史阶段与现实境遇与西方发达资本主义社会（或后工业、后现代社会）存在极大的错位，那么，在援用西方文化批判理论的时候，就应该清醒地意识到它在理解与分析中国问题时的适用性是有限的，必将遮蔽与模糊一些重要的理论问题，造成认识的盲点与评价的误区。从方法论的意义上说，一个不争的前提是：我们应当从中国的实际问题出发创立或引用适合的理论，而不是从理论（尤其是与中国国情存在错位的当代西方理论）出发制造或夸大中国的所谓‘问题’。”^① 否则，照搬西方精英理论，误植中国文化语境，晕头转向，乱说一气，其谬不谓大矣！

相对于法兰克福学派，尤其是阿多诺的大众文化批判理论走红中国学术界，约翰·菲斯克（John Fiske，另译为“约翰·费斯克”）的大众文化理论在中国大众文化研究界至今受重视的程度还不够，以之为论述核心的文章有《狂欢理论与约翰·菲斯克的大众文化研究》（陆道夫著，《外国文学研究》2002年4期）、《从费斯克看通俗文化研究的转向》（刘海龙著，《国际新闻界》2002年4期）、《约翰·菲斯克大众文化理论研究述评》（陆道夫著，《学术研究》2003年1期）、《析约翰·菲斯克的两种经济理论》（陆道夫著，《河南社会科学》2004年2期）、《大众文化操纵的颠覆——费斯克“生产者式文本”理论述评》（张殿元著，《国际新闻界》2005年2期）、《菲斯克大众文化研究中的布尔迪

^① 陶东风：《文化研究：西方与中国》，北京师范大学出版社2002年版，第42—43页。

厄影子》(赵勇刚著,《求索》2010年第2期)、《从欧洲理论到美国现实:再论菲斯克的文化理论》(章辉著,《学习与探索》2015年第3期)等10余篇。上述论文关联后现代主义、媒介传播、狂欢理论、美国社会文化结构等,对约翰·菲斯克大众文化理论进行了专门研究和理论阐释,部分成果颇具深度和前沿意识,关联中国语境的针对性较强,值得充分肯定。在研究著作方面,陶东风《文化研究:西方与中国》(北京师范大学出版社2002年版)一书有一节的篇幅重点阐释了约翰·菲斯克大众文化理论的“有啥用啥”关键术语、主动大众观、平民主义立场等内容。自该书肇始的重视约翰·菲斯克大众文化理论的学术态度令人交口称誉,但因篇幅所限,其研究深度、广度尚嫌不够;陈龙《在媒介与大众之间:电视文化论》(学林出版社2001年版)、刘倩《费斯克的媒介文化理论》(苏州大学,硕士论文,2004年)等则从“多元释义论”“受众理论”“电视行吟诗人论”等角度重点研究了约翰·菲斯克的电视文化理论,显然,这些论述更多地局限于电视研究层面,整体思考还不够。

杜悦《费斯克大众文化理论及“文化研究的范式危机”》(中国人民大学博士论文,2003年)是国内约翰·菲斯克研究的重要成果。她从结构主义、文本主义之争的切入点,关联符号学、文本理论、北美文化研究、消费主义时代、文化研究的“范式危机”等对约翰·菲斯克大众文化理论进行了深度研究,具有整体开创和大幅深化之功;但其纵向审视线尚待往前推进,横向分析视野还不够开阔、前瞻、明朗,另外论文中的某些看法还不

够公允、全面、辩证。近年来,又有一批硕士论文(主要是外国语言文学专业)关注约翰·费斯克大众文化理论:王承教《费斯克与庶民文化研究》(北京语言大学硕士论文,2004年)在占有丰富的外文资料的基础上,对约翰·费斯克大众文化理论的符号学思想进行了重点阐释,具有一定深度;王海娜《法兰克福学派与费斯克大众文化理论之比较研究》(哈尔滨工程大学硕士论文,2010年)以大众观、大众文化功能为核心,对二者理论进行了专门比较,论述集中度明显;杨馨《约翰·费斯克后期文化理论研究》(四川外语学院硕士论文,2011年)从大众战术、规训权力、媒介话语理论、种族问题这四个方面,对约翰·费斯克的后期文化理论进行了专门研究,富有启发价值;石雯《理想大众与约翰·费斯克的大众文化理论》(华中师范大学硕士论文,2013年)抓住大众这一核心点,对约翰·费斯克的大众文化理论进行了梳理,认识比较到位;李德琦《论约翰·费斯克的大众文化快感构想》(四川外国语大学硕士论文,2013年)对约翰·费斯克大众文化的快感理论进行了专题探讨,其关联当代中国文化现象的理念尤其值得肯定;白晶璐《费斯克大众文化理论及其当下意义》(辽宁大学硕士论文,2014年)对约翰·费斯克大众文化理论进行了宏观梳理,着重挖掘其当下意义和启发价值。上述成果的产生,充分说明了约翰·费斯克大众文化理论研究的价值、意义和继续开掘的空间。

约翰·费斯克(John Fiske, 1939—),作为当代英美学术界著名的大众文化理论家,因其“文化消费主义”的研究主张而被

西方学术界普遍称为西方当代大众文化研究代表人物。约翰·菲斯克，现为美国威斯康星大学麦迪逊校区传播学教授，生于英格兰，在英国剑桥大学完成学业，曾执教于英国、澳洲等地的大学院校，后移民美国。菲斯克的著作很多，最有代表性的是《理解大众文化》（Understanding the Popular Culture, 1989）、《解读大众文化》（Reading the Popular, 1989），其他较有名的是《解读电视》（Reading Television, 与约翰·哈特利合著，1978）、《传播研究导论》（Introduction to Communication Studies, 1982）、《电视文化》（Television Culture, 1987）、《关键概念：传播与文化研究辞典》（Key Concepts in Communication and Cultural Studies, 与蒂姆·欧·苏里文合编，1994）、《媒介的实质——美国政治中的种族与性别》（Media Matters—Race and Gender in U. S Politics, 1996）等。他亦曾发表不少大众文化研究、电视研究方面的论文，参编过多种文化研究方面的图书，也是 Cultural Studies 期刊的创办人之一。

在介绍、归纳约翰·菲斯克大众文化理论之前，需要就本章的题目进行一些阐释。“大众文化”对应的英文是“mass culture”，而“popular culture”本该译为“通俗文化、流行文化”，若此，基于本研究对象 John Fiske 最重要的两部文化类著作的英文名称是 Understanding the Popular Culture、Reading the Popular，若按照字面翻译，本研究选题当是“约翰·菲斯克通俗文化研究”，但本书选用“约翰·菲斯克大众文化理论”，其原因大致如下：其一，中文词汇中的“大众文化”不含贬义，这样的学术倾