



Douglas Kellner

MEDIA CULTURE:

Cultural studies, identity and politics between the modern and the postmodern

文化和传播译丛

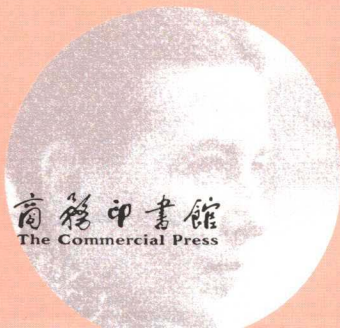
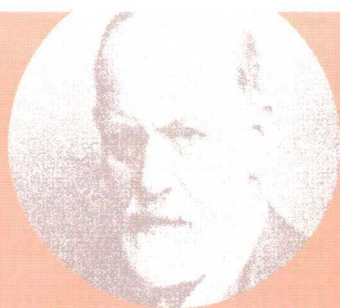
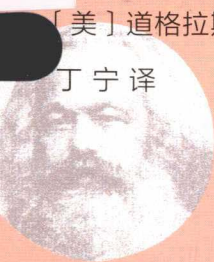
周宪 许钧 主编

媒体文化

介于现代与后现代之间的
文化研究、认同性与政治

〔美〕道格拉斯·凯尔纳 著

丁宁 译



商务印书馆
The Commercial Press

文化和传播译丛

周宪 许钧 主编

媒体文化

介于现代与后现代之间的
文化研究、认同性与政治

[美]道格拉斯·凯尔纳 著

丁宁 译



始于1897

商务印书馆
The Commercial Press

2013年·北京

图书在版编目(CIP)数据

媒体文化/(美)凯尔纳著;丁宁译.—北京:商务
印书馆,2013

(文化和传播译丛)

ISBN 978-7-100-09548-8

I. ①媒… II. ①凯…②丁… III. ①群众文化—
研究—美国 IV. ①G249.712

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第238810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

媒 体 文 化

——介于现代与后现代之间的
文化研究、认同性与政治

[美]道格拉斯·凯尔纳 著

丁 宁 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

北京市松源印刷有限公司印刷

ISBN 978-7-100-09548-8

2013年5月第1版

开本880×1260 1/32

2013年5月北京第1次印刷

印张19 $\frac{1}{2}$

定价:49.00元

Douglas Kellner
MEDIA CULTURE:
Cultural studies, identity and politics
between the modern and the postmodern

First published 1995 by Routledge

©1995 BY DOUGLAS KELLNER

根据卢德里奇1995年版译出

Authorized translation from English language edition published by Routledge, part of Taylor & Francis Group LLC; All rights reserved; 本书原版由Taylor & Francis出版集团旗下Routledge出版公司出版, 并经其授权翻译出版。版权所有, 侵权必究。

The Commercial Press, Ltd is authorized to publish and distribute exclusively the Chinese(Simplified Characters) language edition. This edition is authorized for sale throughout Mainland of China. No part of the publication may be reproduced or distributed by any means, or stored in a database or retrieval system, without the prior written permission of the publisher. 本书中文简体翻译版授权由商务印书馆独家出版并只限在中国大陆地区销售。未经出版者书面许可, 不得以任何方式复制或发行本书的任何部分。

Copies of this book sold without a Taylor & Francis sticker on the cover are unauthorized and illegal. 本书封底贴有Taylor & Francis公司防伪标签, 无标签者不得销售。

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,表征一方面涉及到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。这么来看,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,它贮存在可移动的媒介(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。20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

* “媒介文化”(media culture)一词,本书译的“媒体文化”。——译者

献给维尔韦特·哈默

目 录

中文版序言	1
导言	9
媒体文化和社会	11
文化研究和社会理论	21
致谢	25

第一部分 理论/语境/方法

第一章 理论之战和文化研究	29
理论之战	38
文化研究的途径	49
法兰克福学派	51
英国的文化研究及其遗产	55
后现代的文化研究?	75
注释	86

第二章 媒体文化、政治学和意识形态:

从里根到兰博	95
意识形态和媒体文化:批判的方法	98
兰博和里根	108
《壮志凌云》:里根主义的梦遗	128

走向海湾战争！	142
注释	152

第三章 致力于批判性的、多元文化的和

多重视角的文化研究	159
呼吁批判性的多元文化观	160
走向多重视角的文化研究	167
走向语境的文化研究	173
意识形态和乌托邦	185
霸权、反霸权和解构	192
《野战排》：一种症候式的批判	200
注释	208

第二部分 症候式的批判和文化研究

第四章 社会焦虑、阶级和不满的青年	213
里根和布什时代的“捣蛋的鬼魂”、性别和阶级	214
症候式的批判：从《捣蛋的鬼魂》到《懒鬼》以及 《比维斯和大笨头》	236
注释	260

第五章 从斯派克·李到说唱音乐的黑人

声音	267
斯派克·李的电影	268
说唱音乐和黑人的激进话语	297
抵制、反霸权以及日常生活	323
注释	330

第六章 读解海湾战争:制作/文本/接受	339
假情报和新闻的制作	341
媒体宣传战	359
尚武之国	366
若干结论性的反思	381
注释	387

第三部分 媒体文化/认同性/政治

第七章 电视、广告和后现代认同性的	
建构	393
后现代理论中的认同性	397
广告形象	422
为后现代定位	434
注释	443

第八章 麦当娜、时尚和形象	447
时尚和认同性	448
麦当娜现象	453
处于现代和后现代之间的麦当娜	484
注释	498

第九章 从未来的角度勾勒现在:	
从波德里亚到赛博妄言小说	504
从波德里亚到赛博妄言小说	509
《魔术师》和波德里亚的观念	516
绘制未来;阐明现在	533

文学、社会理论和政治学	547
注释	554
 结论：从未来回到现在	 561
批判性的媒体教育学	567
媒体和文化行动主义	570
媒体和文化政治	571
注释	576
 参考书目	 577
索引	597
译后记	607

中文版序言



播、电视、电影和媒体文化的其他产品都提供了诸种材料,由此,个体铸就了自身的认同性、自我感、那种有关成为男性或成为女性究竟意味着什么的概念、阶级意识、族群意识、种族意识、民族意识、性意识,以及人们所处的社会与世界如何被划分为“我们”和“他们”或“好”和“坏”等的方式。媒体形象有助于塑造某种文化和社会对整个世界的看法及其最深刻的价值观:什么是好的或坏的,什么是积极的或消极的,以及什么是道德的或邪恶的。媒体故事提供了象征、神话以及个体藉以构建一种共享文化的资源,而通过对这种资源的占有,人们就使自己嵌入到文化之中了。媒体的洋洋大观表明了谁是权势在握,谁无权无势,谁可以动武和施暴,谁又不可以这样,等等。它们大肆渲染了现存的强制权力,同时使其合法化,并向无权无势的人表明,你必须安分守己,不然就要遭受压迫。

在西方国家以及全世界越来越多的国家中,个体从摇篮到坟墓都沉浸在某种媒体与消费者的社会里,因而学会如何理解、阐释和批评其中的意义与讯息是举足轻重的。媒体是一种深刻但又常常被误解的文化教育学的资源:它们有助于教育个人如何举手投足,告诉人们哪些是需要思考、感受、相信、恐惧和希冀的——以及哪些是不必要理会的。诸种媒体均是教育学的形

式,告诉人们怎样成为男人与女人。它们向人们展示如何着装、打扮和消费等;怎样回应不同社会群体的成员;怎样才能受人欢迎并且胜券在握;以及怎样与主流的规范、价值、实践和体制的系统保持一致。因而,批判性的媒体读解能力的获得乃是个人与国民在学习如何应付具有诱惑力的文化环境时的一种重要的资源。学会如何读解、批判和抵制社会—文化方面的操纵,可以帮助人们在涉及主流的媒体和文化形式时获得力量。它可以提升个人在面对媒体文化时的独立性,同时赋予人们以更多的权力管理自身的文化环境。

在刚刚由我的同行丁宁译成中文的《媒体文化》一书中,我讨论了那种关注媒体批判与读解的文化研究。近年来,“文化研究”呈现为一系列的研究文化与社会的方法。此研究构想发轫于伯明翰大学的当代文化研究中心,他们发展了各种各样的分析、阐释和批判文化产物的批判性方法。^① 经过一系列的内部讨论,同时也是对 20 世纪 60 年代与 70 年代的社会斗争和运动的回应,伯明翰小组逐渐将关注点集中在文化文本(包括媒体文化)中对阶级、性别、种族、族群和民族性等的再现与这些方面的观念形态之间的相互作用。他们是最早一批研究报纸、电台、电视、电影以及其他流行的文化形式对受众的影响的学者。他们也关注形形色色的受众如何以不同的方式来阐释和运

^① 有关英国文化研究的详情,见哈尔,1980a;约翰逊,1986/7;菲斯克,1986;奥康纳,1989;特纳,1990;格罗斯伯格,1989;阿加尔,1992;以及收集在格罗斯伯格、纳尔逊、特里埃希勒书中的论文,1992;图林,1992,1998;和德拉姆与凯尔纳,2000。我要指出,法兰克福学派在他们 20 世纪 30 年代至今的有关大众文化的著作中为批判性的文化研究提供了许多材料;有关法兰克福学派与英国文化研究的关系,见凯尔纳,1997。

用媒体文化,分析那些使得不同的受众以迥然不同的方式回应各种各样媒体文本的因素。

通过研究青年的亚文化,英国的文化研究阐明了文化怎样逐渐构成诸种独特的认同性的形式以及群体的成员身份。在文化研究看来,媒体文化提供了构成人的世界观、行为甚至认同性的材料。那些不加批判地服从媒体文化的指令的人倾向于将自身“主流化”,与那种占据统治地位的时尚、价值观和行为等保持一致。可是,文化研究也关心亚文化的群体和个人如何抵制文化与认同性的主导形式,如何创造他们自身的风格与认同性。因而,那些服从占统治地位的事物(诸如服装和时尚的法则、行为和政治意识形态等)的人,像某些特别的社会群体中的成员(如美国的白人、中产阶级的保守人士)一样,在主流群体的圈子里形成了自己的认同性。那些认同于亚文化(譬如朋克文化或黑人民族主义的亚文化等)的人与那些主流之中的人们在外表和行为方面均有不一样的地方,因而就创造出对立的认同性,将他们自身与标准的榜样对峙起来。

文化研究坚持认为,文化必须被置于其得以形成和消费的社会关系与系统中加以研究,因而,文化研究是与社会、政治和经济的研究密切相关的。文化研究揭示媒体文化是如何表达一个时代占主导地位的价值观、政治意识形态以及社会发展和创新等。它把美国文化与社会看作是一个不同集团与意识形态争夺主导性地位的是非之地(凯尔纳,1995)。因而,电视、电影、音乐以及其他流行的文化形式常常是或自由或保守,或者偶尔表达较为激进或反抗性的观点。

文化研究是有价值的,因为它提供了一些能使人们批判地

读解和阐释自身文化的工具。同样,它通过考察一系列从长篇小说到电视这样范围广泛的文化产品,通过拒绝确立任何特定的文化等级或标准,推翻了“高雅”文化和“低俗”文化间的分野。以往的文化研究思路基本上是文学的和精英主义的倾向,将媒体文化看成是平白的、无价值的东西而不予认真理会。与之相对,“文化研究”的构想则避免了将文化领域划分为高雅的和低俗的或是流行的和精英的领域。诸如此类的划分均难以维持,而且通常充当了标准的美学评价以及常常成为某种政治计划的立场(即要么为了高雅文化而拒绝大众文化,要么赞美被人们认为是“流行的”东西而嘲笑“精英的”高雅文化)。

文化研究使我们能考察和批判地审视整个文化领域而不对这一类或那一类的文化文本、体制或实践等具有先入为主的偏见。它也打开了一种通道,使人们对文化产物有更为细致的政治(而非美学)的评价,由此人们尝试从文化产品中的因循守旧和保守主义中辨别出批判性和反抗性的含义。譬如,对好莱坞电影的研究揭示了20世纪60年代的重要影片是怎样推进激进分子和反文化者的观点的,以及20世纪70年代的影片又是如何成为自由派和保守派立场的兵家必争之地;而20世纪70年代后期的影片却趋向于一种有助于罗纳德·里根在总统竞选中获胜的保守立场(见凯尔纳和莱恩,1988)。

在文化研究的构想中有一种内在的批判性与政治性的维度,它跟文化与社会研究中的客观主义和非政治的学术方法拉开了距离。譬如,英国的文化研究站在历史的角度,把文化置于其社会的源头和社会影响的语境中加以分析。他们将文化放在社会生产和再生产的理论中,详细说明文化的诸种形式如何或

是加强社会统治,或是使人们能够抵制和反抗统治。他们把社会分析为一种等级化的、对抗性的社会关系系列,其特征是次等的阶级、性别、种族、族群与民族等的阶层受到了压迫。文化研究利用葛兰西的霸权与反霸权的模型,努力对占据主导地位的“霸权的”或统治性的社会-文化势力做出分析,同时也努力寻求那种进行抵制和抗争的“反霸权的”力量。文化研究的构想旨在推动社会的转型,并且试图具体说明统治与抵制的力量,以便推进政治斗争和从压迫与统治中解放出来的进程。

对文化研究而言,意识形态的概念是尤为重要的,因为占主导地位的意识形态是用以复制统治与服从的社会关系的。^①譬如,有关阶级的意识形态赞美上层阶级的生活而贬低工人阶级,有关性别的意识形态加剧了对女性的性别歧视的再现,而有关种族的意识形态则种族歧视性地再现了有色人种和各种少数民族群体。意识形态使得不平等和服从统治等变得天经地义了,而且诱使人们满足于各种统治关系。当代社会是由相互对峙的群体所构成的,这些群体具有不同的政治观念(自由的、保守的和激进的,等等),而文化研究则具体说明了在一个特定的文化产物中是何种意识形态(如果有的话)在起作用,当然,这种文化分析也有可能涉及到对意识形态的矛盾的揭示。在《媒体文化》一书的研究过程中,我提供了不同的意识形态如何作用于各种媒体文化文本(从兰博到麦当娜和说唱音乐^②)的例证,同

① 有关意识形态的概念,见凯尔纳,1978和1979;当代文化研究中心,1980;凯尔纳和莱恩,1988;和汤普森,1990。

② 说唱音乐是一种有电子乐器伴奏的快节奏吟词歌,与配曲演唱的歌有别。本书有专章讨论。——译者