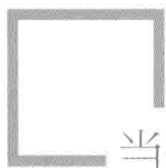


当代中国流行文化
生成机制与
传播动力阐释

孙 瑞 祥 —— 著 ■

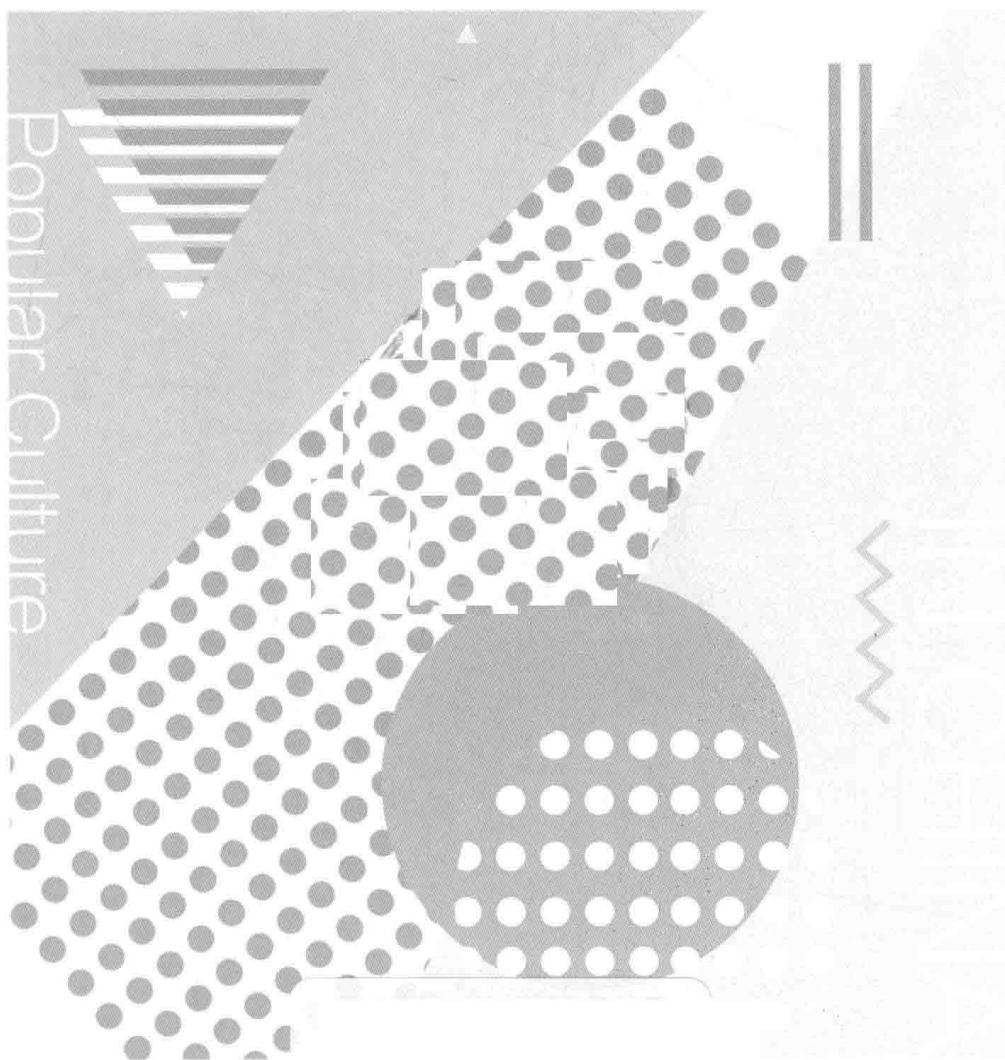


中国社会科学出版社



当代中国流行文化
生成机制与
传播动力阐释

孙 瑞 祥 —— 著 ■



中国社会科学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

当代中国流行文化生成机制与传播动力阐释 / 孙瑞祥著. —北京:
中国社会科学出版社, 2018. 11
ISBN 978 - 7 - 5203 - 3549 - 2

I. ①当… II. ①孙… III. ①现代文化—研究—中国 IV. ①G12

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 256837 号

出 版 人 赵剑英
责任编辑 王 茵 马 明
特约编辑 崔芝妹
责任校对 刘 琳
责任印制 王 超

出 版 中国社会科学出版社
社 址 北京鼓楼西大街甲 158 号
邮 编 100720
网 址 <http://www.csspw.cn>
发 行 部 010 - 84083685
门 市 部 010 - 84029450
经 销 新华书店及其他书店

印 刷 北京君升印刷有限公司
装 订 廊坊市广阳区广增装订厂
版 次 2018 年 11 月第 1 版
印 次 2018 年 11 月第 1 次印刷

开 本 787 × 1092 1/16
印 张 20.5
插 页 2
字 数 380 千字
定 价 86.00 元

凡购买中国社会科学出版社图书,如有质量问题请与本社营销中心联系调换
电话:010 - 84083683
版权所有 侵权必究

本书系天津市社科规划重点项目“当代流行文化生成机制与传播动力研究”
(项目编号: TJXC08-007) 成果。

目 录

第一章 绪论	(1)
第一节 论题主旨与意义	(1)
第二节 研究思路与方法	(12)
第三节 核心内容与基本观点	(25)
第二章 流行文化与时尚潮流的传播动力	(43)
第一节 流行文化理论辨析	(43)
第二节 时尚潮流的当代特征与扩散机制	(70)
第三节 流行文化的传播动力	(89)
第三章 传播技术与文学文本的话语转换	(113)
第一节 传播技术演进的文学/文化意蕴	(113)
第二节 中国现代文学的媒介化生存	(127)
第三节 中国当代流行文学的传媒转向	(146)
第四章 消费社会与媒体文化的欲望诉求	(164)
第一节 消费主义价值观的张扬	(165)
第二节 媒体文化的市场动力与媒介文学事件	(180)
第三节 广告的欲望书写逻辑	(197)
第五章 城市精神与流行文化的群体动力	(217)
第一节 城市精神与休闲文化	(217)
第二节 中间阶层及其文化格调	(233)
第三节 后现代思潮与城市青年亚文化	(242)

结语 流行文化视阈中大众传播动力学的构建

——兼谈媒体文化低俗化与媒介素养教育…………… (265)

附录一 学贵得师,亦贵得友

——我与导师孟昭毅先生二三事…………… (276)

附录二 我与传播学大师面对面

——纪念威尔伯·施拉姆访华 35 周年…………… (281)

附录三 孙瑞祥旅游通讯作品选

——刊载于《天津日报》(1989—1992)…………… (287)

参考文献…………… (314)

后记…………… (322)

第一章

绪论

第一节 论题主旨与意义

一 论题关键词解析

本书以当代流行文化为研究对象，以流行文化（特别是媒体文化、流行文学）在当代中国的现实存在为核心研究内容，以当代中国流行文化的生成机制、传播动力分析为研究重点。其主旨是要解读与阐释影响（推动）当代中国流行文化生成和发展的要素构成、要素的作用机理与动力方式。本书主标题“当代中国流行文化生成机制与传播动力阐释”，比较准确地概括了论题主旨。本书的关键词可以分解为：当代中国、流行文化、生成机制、传播动力、阐释。这里有必要先对这些关键词进行简要解析，以便后文的展开。

1. 当代中国

在这里，“当代中国”首先是一个时间和场域维度。所指是改革开放以来，特别是20世纪90年代以来的中国内地。从社会层面上讲，这一时期中国内地正在加速社会转型、全面建设小康社会。这一时期中国人均国民总收入已从不足1000美元提高到2360美元，由低收入国家跃升至世界中等偏下收入国家行列。^①“WTO”的加入以及一系列国际政治、经济、文化协定的签署，使中国进一步融入世界，迈向了经济全球化与文化多元化时代。此外，解析“当代中国”还有思想观念、制度建设与文化环境维度。用“混杂”和“多元”对这

^① 国家统计局公布数字，2008年10月27日，新华网。

一维度加以概括是比较恰当的。改革开放以来，中国社会进入了历史转折期，这一时期的基本特征就是由封闭半封闭社会向开放社会转化；由农业社会向工业社会转化；由乡村社会向城市社会转化；由计划体制社会向市场体制社会转化；由同质的单一性社会向异质的多元性社会转化；由伦理社会向法理社会转化；由传统社会向现代社会转化。在这一转化过程中，中国社会呈现出前现代、现代与后现代等多种文化形态并置，计划与市场等多种经济制度交叉，守旧与前卫等多种文化观念互渗，高雅与低俗等多种文化产品重叠这样一种万花筒式的观念—制度—文化环境。正如南帆在《后革命的转移》中所言：“中国的庞大版图之中，前现代、现代、后现代迥异的价值观念体系混杂于相同的历史空间，相互冲突同时又相互制约。某些区域的市场经济仍然是一个被压抑的主题，另一些区域的消费主义成了唯一的主宰。一些人毫无眷恋地抛下土地涌入城市，另一些人则正在玻璃幕墙背后怀念田园风光。许多时候，迥异的价值观念分别得到了权力机构的有力支持，派生出相互矛盾的现实。”^①

当代中国呈现的“混杂”和“多元”并没有给我们的研究设置障碍，相反，它促使我们跳出狭隘眼界和僵化思维，自觉运用复杂系统与复杂性科学理论加以把握。正像迈克·费瑟斯通所说，在所谓后现代、现代性，甚至前现代的体验、实践之间，有着很大的相似性。因此，这就要求我们废弃那些诸如“传统”“现代”“后现代”之类的简单的二分法或三分法，而去关注那些最好被称为“跨现代”的体验与实践中的相似性和连续性。^② 美国社会学家乔治·瑞泽尔也指出：“我并不接受一种年代学的观点，所以不认为后现代性会取代现代性，而是认为我们既可以从现代的理论出发，也可以从后现代的理论出发来分析任何社会现象。……事实上，如果我们不把现代主义与后现代主义看成是相互更替的时代，而是看成不同的分析方式，那么，这种观点将会十分有用。”^③ 有两位同名学者温斯登也曾谈道：“我们认为‘现代主义’和‘后现代主义’并不是相互排斥的两种选择，而是相互交界的两个话语领域……如果我们认为后现代主义这一边并不包含可用来刻画当前文化的更多资源的话，那么，我们就可以一如我们过去所做的那样，工作在现代主义的这一边。”^④ 面

① 南帆：《后革命的转移》，北京大学出版社2005年版，第27页。

② [英]迈克·费瑟斯通：《消费文化与后现代主义》，刘精明译，译林出版社2000年版，前言第6页。

③ [美]乔治·瑞泽尔：《后现代社会理论》，谢立中等译，华夏出版社2003年版，第306—307页。

④ 同上书，第307页。

对“混杂”和“多元”的现实环境，运用系统的观点与整合的方法来阐释当代中国流行文化，是方法论上的必然要求，也是适应当下中国社会特点的有效方法。

强调“当代中国”当然不意味着不要“全球视野”，恰恰相反，研究当代中国的流行文化必须强调全球视野。因为，无论何时何地，一种新的文化范式或文化精神的生成（演进、转型、更替与变迁），无外乎来自内源性与外源性两大因素的作用，并取决于两大因素之间的博弈。显然，中国当代流行文化生成的外源性因素众多，包括精神文化因素、物质文化因素，等等。此外，就学术资源而言，也是西方话语最先占据了流行文化这一研究领域，并取得了优势学术地位。因此，丰富的域外学术资源要为我所用，这既是一种需要，也是逻辑上的必然。总之，虽然论题的出发点与落脚点在当代中国，但我们必须要经历一次学术性国际漫游。以全球视野反观中国当下，会把问题看得更为清楚。

2. 流行文化

“流行文化”是本书的核心概念。但恰恰是这一核心概念却显得有些模糊和暧昧。模糊和暧昧的关键在于，流行文化与其他文化形态诸如主流文化、精英文化、民间文化乃至大众文化之间，存在一种“剪不断、理还乱”的关系，解释这些关系颇费口舌。作为人的第二本性的文化，既是人的本质属性，也是人的社会建构。只有在共同实践中将流行文化与其他文化形态加以细致比较，才能凸显流行文化特质。还应该看到，不同文化形态之间并不存在一条不可逾越的鸿沟，在一定时空条件下它们是可以相互转化的。但无论如何，为了研究的需要，我们应给出一个流行文化的基本定义。我们今天所关注的当代中国流行文化，是指在中国现代化进程中生成，与社会主义市场经济发展相契合并受市场规律支配，以城市大众为主体和主要消费对象，以流行和时尚为突出特征，以娱乐为基本功能，以现代生产方式生产经营，并通过大众传媒广泛传播的新型文化形态。受到篇幅限制，为避免论题过于宽泛，本书特别限定以媒体文化和流行文学为研究框架（关于所限定的这两个概念，后文有解释）。

特别要指出的是，在西方语境中，流行文化（popular culture）与大众文化（mass culture）是一对既有天然联系，又有鲜明差异的特殊范畴。在日常与学术语境中，二者有时具有互指性，有时也会产生称谓上的混淆、倒错现象。为此，本书在第二章对这一特殊范畴进行辨析。正是由于流行文化与大众文化的边界不清，所以在行文中有时会出现两个词语并用的情况，特别是在引用文献

资料时会有这种情况，但应该不会造成理解上的混乱。

3. 生成机制

关于“生成机制”，这是一个带有自然科学色彩的术语。“机制”一词源于希腊文，指机器或有机体的构造、功能和相互关系。现该词含义已扩大，成为人文社会科学研究领域的常用术语，用以揭示研究对象的发生动因、存在机理与运动规律。近年来，国内一些人文社会科学工作者十分重视在各自的研究领域中对研究范式的转换与创新，文化的生成机制研究就是文化研究的一个新视角。比如2007年学者舒扬就出版了《当代文化的生成机制》一书。按照作者的说法，这一研究试图突破和超越以往人们对文化研究的单一思路，而从一个全新的多维视角来追问文化的发生和生成机制，以期从文化传统与当代文化的关系、文化的冲突与共生、文化的批判与反思以及当代文化发展的新形态等多个方面，来勾勒当代文化生成的多维图景，从而为当代文化生成的定位和发展寻找到合理的根据。^①该书特色在于对一般意义上的文化生成机制进行了学理性阐释与哲学思辨式反思，内容不乏可圈可点之处。但该书对流行文化这一特殊文化形态的生成机制没有特别论及。本书对流行文化的生成机制研究，主要站在文化生态学与文化社会学视角，侧重对当代中国流行文化生成的政治经济条件、文化环境、文化心理与社会思潮的分析，试图在社会体制机制、文化制度环境和精神文化层面，解读与阐释影响（推动）流行文化生成和发展的要素构成与作用机理，特别强调研究对象的当下性。

4. 传播动力

“传播动力”是本书提出的一个新概念。从一般意义上讲，人是具有自觉传播意识的动物，传播行为既是人的一项必不可少的日常活动，也是人类社会一种特有的文化现象，传播是人类社会发展的动力。本书所指“传播”主要是大众传播，有别于人际传播和组织传播等传播类型。在现代社会，没有大众传媒高度介入与积极响应的文化，是一种残缺的文化，是行之不远的文化，是难以获得增值的文化。流行文化更不例外，没有传播，流行文化就“流”不动也“行”不了。流行文化生成与繁盛的“动力源”构成复杂，有源自主流与非主流意识形态的政治驱动，有源自不同利益集团的经济驱动，有源自当下社会思潮与社会心理的文化驱动，等等。本书在综合分析流行文化动力源基础之上，

^① 舒扬：《当代文化的生成机制》，中央编译出版社2007年版，代前言第2页。

重点讨论来自大众传播动力源的驱动作用问题。所谓大众传播动力源，就是把大众传播视为一个可以相对独立地发挥作用的社会动力系统，这一动力系统能量巨大，对流行文化的生成、繁盛与抑制起到难以替代的作用。换言之，本书重点探讨的是大众传播媒介是如何影响（推动、抑制）当代中国流行文化生成与发展的。需要申明的是，从社会学系统—功能理论与自组织理论视角看，作为社会子系统的大众传媒，是难以抛开社会整体系统孤立地发挥作用的，不同意识形态、利益集团、社会思潮与社会心理都在直接或间接地影响大众传媒效能的发挥。也就是说，所谓“传播动力”既表征作为社会制度化安排的大众传媒能够相对独立地发挥社会影响力，从而推动流行文化的生成与繁盛；也表征社会系统中其他动力源借助或利用大众传媒对流行文化施加各种影响。可以肯定的是，在大众传媒无时不在、无孔不入的当今社会，其他社会动力源要产生社会效能，不能脱离大众传媒这一文化“软权力”的介入。从这个意义上讲，流行文化的传播动力问题，其实质就是大众传播的社会作用与社会影响力问题。

为了更好地解读大众传播的社会作用与社会影响力，本书提出了“大众传播动力学”这一新概念。我们可以把大众传播动力学视为新闻与传播学理论、传播社会学理论乃至文化研究的一个新取向，它是在分析与大众传媒密切相关的社会文化现象或理论命题时（比如对“媒体文化”的研究）所选取的一种新的研究范式与视角、一种新的分析方法与技术（有关大众传播动力学概念，将在本书结语中进行概括）。需要说明的是，在本书语境中，“生成机制”与“传播动力”（或“动力源”）是一个问题的两个方面，二者是紧密联系、难以拆分的。其中有些研究范畴既可以视之为流行文化的生成要素与机制，也可以视之为流行文化生成与传播的动力源。比如，下文将要讨论的“消费社会与消费主义文化是当代流行文化生成的市场动力”，在这里，“消费社会”与“消费主义文化”既是流行文化的生成要素与机制，也是流行文化生成与传播的动力源。再如，作为媒体文化典型代表的商业广告，就具有鲜明的双重文化身份，一方面广告以其独特的文学/文化类型或曰“文化经济”，跻身于流行文化，成为流行文化重要的文本样态与行为模式；另一方面，广告又以其独特的创意逻辑与叙事策略成为引领流行文化的动力源。在当代中国，倡导时尚消费的商业广告既是流行文化生成的重要机制，也是其传播动力。因此，关于生成机制与传播动力，本书在一些论述中并不特别做出区分。

5. 阐释

“阐释”一词表达了本书在研究方法与论述策略上的一种设计。这里有必要先对“阐释”进行一番阐释。在古汉语中并没有“阐释”一词，“阐”和“释”是分开使用的。现代汉语“阐释”一词主要来源于西方语境。“阐释”在英语中对应的词汇有 explain、expound、interpret 等，但语义最贴近的应该是 expound。《新英汉小词典》对 expound 有两种解释：①详述理论、观点，陈述意见；②解释、说明《圣经》。《牛津高阶英汉双解词典》这样解释 expound：详加解释或详述某事物。《现代汉语词典》对“阐释”的解释比英语更简单：叙述并解释。以上各定义意思都比较接近。20 世纪以来，阐释学理论盛行于西方世界并取得了丰硕成果。20 世纪 80 年代中期随着国内掀起“文化热”，阐释学理论开始引入中国，其基本观念和方法论原则被运用于文学、哲学领域的研究以及对“文化热”现象本身的理解。如今，阐释思想在人文社会科学领域影响广泛，成为一种具有普遍意义的研究方法与文化对策（有关阐释理论与方法本章还有讨论）。

本书之所以把“阐释”作为一个标题关键词，是要说明流行文化研究所具有的一个突出特征：“这种研究的对象，是我们所栖身的社会化世界——我们不是在同一门‘精确学科’打交道。”^①也就是说，对流行文化的研究不是一种探寻规律的实验科学，而是一种探求意义的解释科学。既然是解释，就必然需要“投入理解”（韦伯语），就必然不具有解释的唯一性和真理性，就必然存在个人偏见、片面与误读。这就意味着本书不是在论证“科学道理”，而是要体现一种文化关切。

二 研究历史回溯与现实基础分析

1. 国内外研究历史简要回溯

从发生学角度看，流行文化研究几乎与“准”流行文化同步形成，至少可以追溯到 17 世纪的欧洲（这里的流行文化是在与精英文化相对的意义上使用的）。当时，在两位法国文化巨匠蒙田和帕斯卡之间，就曾爆发了一场关于流行文化的娱乐心理和社会功用的论争。此后，随着资本主义社会的发展，流行

^① [美] 约翰·费斯克等：《关键概念：传播与文化研究辞典》第 2 版，李彬译注，新华出版社 2004 年版，“本书前言”第 3 页。

文化研究成为西方学术话语的热点之一。对流行与流行文化的系统理论研究始于19世纪中叶以后。其间,法国社会学家加布里尔·塔尔德、古斯塔夫·黎朋等都出版了相关论著。在英国,流行文化研究可以追溯至19世纪英国文化与文学的研究传统。具体来说,主要是建立在19世纪中叶英国M.阿诺德思想基础之上,并在利维斯及其信徒的理论和实践中发展起来的。由英国学者多米尼克·斯特里纳蒂所著的《通俗文化理论导论》和约翰·斯道雷所著的《文化理论与通俗文化导论》,代表了当时英国学界对流行文化理论学术范畴的基本界定。近一个世纪以来,流行文化(大众文化)研究在西方取得了丰硕成果,形成了风格各异的理论流派。西方马克思主义法兰克福学派的本雅明、霍克海默、阿多诺等理论家都曾对流行文化(大众文化)进行过鞭辟入里的批判;英国新马克思主义伯明翰学派的霍加特、威廉斯、霍尔等主张文化唯物主义,成为当代文化研究的奠基人;美国理论家杰姆逊、费斯克以及法国学者布迪厄、鲍德里亚等也对当代流行文化(大众文化),特别是对电视等新的传播媒体进行了卓有建树的研究,他们的理论构成了当代流行文化研究的另一路径。

西方学术界关于流行文化(大众文化)研究的现状,可以通过近年来国内学者主持译介的相关著作获得信息。中央编译出版社2001年以来陆续出版了李陀主编的《大众文化研究译丛》,该译丛遵循先易后难的方式,围绕国外大众文化研究中我们较为熟知的诸如电视媒体、时装、肥皂剧等文化样式的研究进行译介,比较系统地介绍了异域文化研究的历史发展与现况,给我们的流行文化研究提供了一个很好的思路;该译丛已出版的有美国学者约翰·费斯克《理解大众文化》,英国学者安德鲁·古德温、加里·惠内尔《电视的真相》等。商务印书馆2000年以来陆续出版了周宪、许均主编的《文化和传播译丛》,该丛书着力于译介晚近西方文化和传播领域中的代表性论著,旨在拓宽人们的视野,深化对文化研究的理解,进而推动本土化研究;已出版的代表作有英国学者尼克·史蒂文森《认识媒介文化——社会理论与大众传播》等。南京大学出版社2000年以来陆续出版了张一兵主编的《当代学术棱镜译丛》,包括媒介文化、通俗文化、消费文化、全球文化等系列,选目集中在国外学术界20世纪90年代以来文化研究的最新趋向和热点问题上;包括英国学者戴维·莫利、凯文·罗宾斯《认同的空间》,美国学者伯格《通俗文化、媒介和日常生活中的叙事》,美国学者马克·波斯特《第二媒介时代》等著作。译林出版社2000年以来陆续出版了刘东、黄平主编的《人文与社会译丛》,译丛包括美国学者戴安娜·克兰《文化生产:媒体与都市艺术》、英国学者迈克·费瑟斯

通《消费文化与后现代主义》等。上海三联书店2001年出版了吴士余主编的《视点》丛刊,以介绍国外学界新的人文思潮和学术信息为特色,丛刊第一辑为陆扬、王毅选编的《大众文化研究》。更多书目不再一一列举。上述西方学者的著述或宏观或微观,或论理或实证,对当代资本主义社会流行文化(大众文化)进行了全方位阐释,这对我们把握当代西方学界对流行文化的研究现况提供了直接有效的帮助。

在中国内地,从总体上看,流行文化研究起步于20世纪80年代以来对包括西方现代哲学、当代文艺理论以及大众传播理论等在内的,代表西方当代学术思潮的前沿理论著作的大量译介。特别是进入20世纪90年代中后期以来,文化研究特别是流行文化研究在中国更是方兴未艾。当代中国文化研究包括流行文化研究虽然时间不长,但论题综合、理论前沿、成果丰富。在这一研究进程中,有一些具有标志性意义的学术活动特别值得关注,这些学术活动在不同层面对当代中国流行文化理论研究及其实践发挥了影响作用。比如,20世纪90年代初期到中期的文化知识界展开的关于“人文精神”与“世俗精神”的大讨论就是一例(本书第三章第三节讨论)。自1993年下半年、1994年上半年开始,一批以上海学者为主的知识分子在《上海文学》《读书》等杂志上发起了关于“人文精神”的讨论,直至90年代后期,这个话题依然被继续关注与讨论着。这场论争的核心问题实际上是如何看待伴随市场经济发展而越来越具形态的流行文化现象。面对流行文化,当时的中国知识界普遍存在精英主义文化立场。围绕对世俗化与大众文化的评价,知识分子形成了两种截然不同的派别:“人文精神”派与“世俗精神”派,以及相应的两种价值取向:道德主义与历史—现实主义。富有戏剧性的是,正如有学者所言,在这场论争中,一种自称或被称为“后现代主义”的观点,以二元对立的“反方”出现,它在刻薄地消解、调侃“人文精神”倡导者的“启蒙”主义自恋的同时,几乎是毫无保留地认同消费主义文化逻辑和大众文化的现实。这场人文精神的大讨论,在某种程度上变成大众文化在20世纪90年代中国的入场式。再如,1994年文坛发生了所谓的“二王(王蒙与王彬彬)之争”,也为推进流行文化发挥了积极作用。实际上这场争论还是由“人文精神”大讨论引出的话题,论题主旨仍旧是如何评价中国社会1992年以来的世俗化趋势。所不同的是争论的话题更为具体、直接和切中要害(主要围绕王朔和他的小说展开)。进入新世纪以来,随着流行文化的迅猛发展,学术研讨活动也愈加活跃。特别值得一提的是2001年6月在武汉大学召开的“当代流行文化国际学术研讨会”。在国内举办关于当代流行文化的国际性专题学术研讨会,这还是第一次。会议发表的论

文,从多层次、多角度对当代流行文化发展做了较全面的研究。研讨会论题广泛、理论前沿,例如,流行文化与音乐、影视、戏剧、网络之联系;流行文化与政治、经济、市场之关系;流行文化与精英文化、大众文化、通俗文化之关系;流行文化与种族、民俗之关系;流行文化与体育、旅游之关系,等等。而重点则落实在中国改革开放以来流行文化研究上,揭示了其表现形式、特征及对社会发展的影响,为新世纪中国文化建设提供了许多富有启示性的学术成果,推动了当代中国流行文化理论研究 with 对策研究的进程。

除此之外,自20世纪90年代初以来,海外华人与内地学者发表或出版了大量有关文化研究(包括流行文化研究)的文章、译文、论著、译丛等。1994年,《读书》杂志率先载文介绍美国的文化研究状况(李欧梵等:《什么是“文化研究”》《文化研究与地区研究》,《读书》1994年第7期、第8期)。自1995年以来,西方文化研究的相关专论也不断在国内刊物发表,《国外文学》《文学评论》《外国文学》等刊物上经常见到此类文章。国内多家出版社纷纷推出有关流行文化(大众文化)研究的译介丛书,不下几十种(前文已介绍)。在译介西方文化研究经典理论的同时,国内学者以敏锐的学术眼光和干预现实的理论勇气,紧密贴近中国的流行文化实践,以本土化视点对中国流行文化现况与发展各抒己见,形成了一批有个性、有创建的研究成果。比如,较早出版的有戴锦华的《隐形书写——90年代中国文化研究》、戴锦华主编的《书写文化英雄——世纪之交的文化研究》、王晓明主编的《在新意识形态的笼罩下——90年代的文化和文学分析》、南帆的《双重视域——当代电子文化分析》等。天津社会科学院出版社2000年以来汇集国内外学者关于文化研究的论文,在《先锋学术论丛》中推出《文化研究》专题,内容涉及20世纪90年代以来国内几次大的人文学术讨论,如关于大众文化的讨论、关于人文精神的讨论、关于后现代与后殖民的讨论、关于全球化时代第三世界文化战略问题的讨论等。此外,还有陆扬、王毅的《大众文化与传媒》,王岳川的《中国镜像——90年代文化研究》,潘知常、林玮的《大众传媒与大众文化》,朱效梅的《大众文化研究——一个文化与经济互动发展的视角》等。近年出版的论著还有孙英春的《大众文化:全球传播的范式》、钟琛的《当代文学与媒介神话:消费文化语境中的“媒介文学事件”研究》、陶东风主编的《当代中国文艺思潮与文化热点》、邹贤尧的《广场上的狂欢:当代流行文学艺术研究》、高宣扬的《流行文化社会学》、贾明的《现代性语境中的大众文化》,等等。

综上所述可以看出,中外关于流行文化(大众文化)研究的学术资源十分丰富,为后续研究奠定了坚实的理论基础。但也应该看到,以往的学术资源尚

存在一些缺憾、盲点或空白。显而易见的是,西方语境下的流行文化理论不足以在整体上说明、解释和诊断当下中国的流行文化问题。就国内学者的研究而言,尚有一些未被关注或关注不够的理论与实践问题有待进一步开掘。正如本书所关注的,站在传播社会学、传播生态学、文化社会学等跨学科视角,研究当代中国流行文化,特别是媒体文化、流行文学的生成机制、传播动力要素与传播动力方式等问题,就是未被涉及或涉及不深的重要议题。

2. 现实研究基础分析

对本论题展开研究具有一定的现实基础。其一,从客观条件上讲,近一个世纪,特别是20世纪80年代以来,中外学界关于流行文化研究已取得丰富的理论成果,对这些学术资源的广泛占有、系统梳理和有效利用,可以为当下命题研究提供理论基础。此外,笔者还检索了近年来国内主要学术期刊发表的相关学术论文,并对其进行了初步梳理与分析。尤为重要的是,流行文化在当代中国已经牢固地占有了文化的一席之地,我们每一个研究者也都是流行文化的在场者,这为我们展开研究提供了熟悉的环境条件。顺便要说明的是,由于历史和语境原因,西方一些理论话语看上去是针对“大众文化”而非“流行文化”的言说,但这并不妨碍在当代中国流行文化研究中的应用。事实上由于翻译的缘故,一些针对“大众文化”的言说其实对“流行文化”同样有效,围绕两个不同范畴所积累的学术资源在很大程度上具有可通约性。其二,从主观条件上讲,作为研究者,笔者对流行文化这一当下命题一直持有比较浓厚的兴趣,给予了较长时间的关注,并取得了一些初步的研究成果。2001年,笔者参与了天津市“十五”社科研究规划课题“大众文化与传播研究”。课题研究成果以《大众文化与传播研究》为书名于2005年9月由天津人民出版社出版。该成果在2008年获得天津市第十一届社科优秀成果三等奖。2008年,笔者主持的“当代流行文化生成机制与传播动力研究”,获得天津市社科规划重点项目立项,已有一些相关论文在核心期刊发表。

三 论题的理论价值与实践意义

学术创新是理论研究者孜孜以求的美好愿望和目标。从哲学意义上讲,所谓创新是指研究者依据事物发展的客观规律,按照现实需要和自身意愿充分发挥主观能动性,对研究对象进行创造性再认识或积极改造的实践过程及结果。就人文社会科学理论创新而言,主要体现在思维方式与方法论层面的创新、

对既有理论体系的改造与新的理论体系的创生、对理论观点的补充完善、对研究空白的理论建树,等等。接受美学的倡导者、德国学者姚斯在谈到文学研究的方式时,提出了两种不同的研究路径,一种是“研究空白”,另一种是“重新提问”。至于本书的理论价值,既没有做到姚斯所言的“研究空白”,更难以实现他所主张的“重新提问”。本书主要是提出并初步阐释了当代中国流行文化的生成机制与传播动力问题,试图以当代中国流行文化的生成机制与传播动力分析为突破口,通过对生成机制与传播动力的要素分析,解析流行文化(媒体文化、流行文学)在当代中国生成与发展的政治、经济、社会和文化动因,描述流行文化传播的动力方式,阐释流行文化呈现与传播的规律。

笔者于2008年12月3日,以“当代中国流行文化生成机制与传播动力阐释”为搜索目标,对中国国家数字图书馆、CNKI中文期刊数据库、万方数据资源系统、龙源期刊库、人大复印资料数据库、维普期刊全文数据库进行了文献搜索。结果显示,在相关文献中,对当代中国流行文化的生成机制与传播动力进行系统探讨的研究成果,目前尚没有发现;但是在一些专著和论文中,涉及流行文化是如何生成的、它的传播动力是什么这一类相关内容。可以认为,本书有一个比较新的研究视角。当然,本论题研究是具有一定难度的,这并不在于要对当代中国流行文化存在状态做出现象学描述,也不在于要对当代中国流行文化生成机制与传播动力做出一般性阐释;而主要在于对作为一种非主流文化形态的流行文化受到国家意识形态、政治文化制度、文化产业政策及其变动不居的社会文化心理的多重影响与制约,做出既合规律性又合目的性的解析并非易事。

此外,我们注意到,近年来流行文化研究不仅成为学界热点,而且已经引起官方高度重视,本论题符合国家近期对学术研究选题的指导性意见。检索显示,在近年国家社科基金等立项指南中,已列入有关中国流行文化的研究项目。比如,在国家哲学社会科学研究“十一五”规划和国家社会科学基金项目2006年度课题指南中,就有“当代中国流行文化研究”这一选项。这也从一个侧面说明了该选题的理论价值和现实意义。就实践意义而言,本论题以经济全球化和文化多样化为国际大背景,紧密契合转型期中国社会文化发展的特点,特别是政府提出要大力发展文化创意产业这一文化战略。该论题研究有助于我们进一步思考国家文化政策、法规对流行文化发展产生什么影响;当代中国流行文化在跨文化传播策略上有什么经验教训;如何借鉴他国经验制定中国的对内对外流行文化传播策略;如何通过文化传播提升国家“软实力”,等等。虽然探讨这些问题不是本书主旨,但显然这些问题具有相关性,值得深入研究。