

|博|學|通|識|

大众文化

New discussion on mass culture

新论

(第二版)

莫林虎 著

清华大学出版社



|博|學|通|識|

大众文化

New discussion on mass culture

新论

(第二版)

莫林虎 著

清华大学出版社
北京

内 容 简 介

本书讨论大众文化最重要的几种形态, 既从文化上加以研究讨论, 同时还从媒介传播的角度考察其传播渠道、传播方式以及对社会的影响, 而大众文化的商业性更是本书要着重探讨的。融合文艺学、传播学、经济学、管理学的学科理论和方法, 对大众文化进行综合的、全面的考察, 是本书的重要特色。在这次修订中, 我们不仅大幅更新了分析的案例, 同时结合互联网尤其是移动互联网对大众文化的影响, 修订更新第一版的一些观点, 使本教材保持开放前瞻的视野与思考。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签, 无标签者不得销售。

版权所有, 侵权必究。侵权举报电话: 010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

大众文化新论 / 莫林虎著. —2 版. —北京: 清华大学出版社, 2016
(博学通识)

ISBN 978-7-302-44791-7

I. ①大… II. ①莫… III. ①群众文化—研究—中国 IV. ①G249.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 189723 号

责任编辑: 王巧珍

封面设计: 封 彤

版式设计: 郭宏观

责任校对: 王荣静

责任印制: 何 芊

出版发行: 清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址: 北京清华大学学研大厦 A 座 邮 编: 100084

社总机: 010-62770175 邮 购: 010-62786544

投稿与读者服务: 010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质量反馈: 010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 刷 者: 三河市君旺印务有限公司

装 订 者: 三河市新茂装订有限公司

经 销: 全国新华书店

开 本: 160mm × 230mm 印 张: 19.5 字 数: 259 千字

版 次: 2011 年 6 月第 1 版 2016 年 12 月第 2 版 印 次: 2016 年 12 月第 1 次印刷

定 价: 39.80 元

产品编号: 068343-01

序 言

大众文化是文化与经济高度融合的文化形态，大众文化的发展与经济、文化、技术的进步密切相关。本书第一版出版于 2011 年 6 月，距今已有 5 年时间。5 年时间里，中国经济社会进一步发展，人民收入水平稳步增长，文化消费需求大幅提升。同时，IT 技术和互联网技术的发展，使得移动互联网、大数据、云计算的运用得到进一步普及。这些利好条件，使我国大众文化取得了令人瞩目的成就。基于此，我们决定对本书第一版进行全面修订，将近年来大众文化发展的新理念、新成就、新变化吸收到教材中，同时，将第一版中已经落后于时代的内容进行修改、完善，使教材跟上时代步伐。

本次修订，我们着重从以下三方面入手。

第一，高度关注移动互联网、大数据、云计算对大众文化产业的积极影响，探讨中国大众文化产业借助移动互联网、大数据、云计算进行弯道超车的可能性与路径。

学界和业界很多专家都认为，互联网对中国社会、经济、文化的影响远远大于对美国等发达国家的影响。因为美国等发达国家的社会、经济、文化等各个领域、各个层面都发展得十分成熟，互联网对其固然有促进甚至改变某些领域中力量、格局的作用，但远没有达到互联网对中国的影响程度。我国在 20 世纪 90 年代中期互联网刚刚兴起时，社会、经济、文化整体发展水平很低，中国互联网创业者用 IT 技术与互联网技术，从边缘地带入手，逐渐改变了陈旧的社会体制和陈旧的实业、传统行业，促使中国社会、经济、文化获得了跨越式迅猛发展。2010 年之后，我国进入移动互联时代，移动互联网与大数据、云计算陆续进入中国各行业、各领域。这一时期，互联网对中国社会、经济、文化发展的推动提升到了一个新

高的层级。正因为如此，国家提出了“互联网+”，大众创业、万众创新的战略举措，党的十八届五中全会提出创新、协调、绿色、开放、共享五大发展理念，都是因应着移动互联网、大数据、云计算对我国社会、经济、文化发展的影响制定出来的指导思想和国家战略。在文化领域，中央和国家相关部门也制定了《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》《关于推动传统出版和新兴出版融合发展的指导意见》等政策，引导和鼓励文化领域的企业和机构抓住移动互联网、大数据、云计算的先机，实现弯道超车。

移动互联网、大数据、云计算对大众文化产业的积极影响随处可见。我们仅以电影业为例，略加说明。在我国传统的商业模式中，电影的立项筹资、剧本创作、拍摄制作、市场营销、院线发行放映、观众反馈等环节，本来应该密切关联、频繁互动。但在进入移动互联网时代之前，由于我国电影业整体发展水平的落后，上述各环节之间存在着各自为政、沟通不足的问题，尤其是在电影项目与目标受众、电影项目与资本的沟通互动方面，存在着较为严重的脱节问题，导致电影投资盲目性很大，电影业发展一直不够顺畅。而在移动互联网兴起的这四五年中，我国电影业市场表现令人刮目相看，每年的票房收入以30%以上的速度迅猛提升。2014年，我国电影票房收入达296亿元，同比增长35.78%。2015年，国产片出现了少有的佳作迭出的局面，涌现出《捉妖记》《大圣归来》《煎饼侠》《滚蛋吧！肿瘤君》《我是路人甲》等一批既叫好又叫座的国产大片。2015年，我国电影票房收入突破440亿元，比2014年增长48.7%，创下“十二五”以来最高年度增幅。这些成就的取得，都与移动互联网、大数据、云计算在电影的立项筹资、剧本创作、拍摄制作、市场营销、院线发行放映、观众的反馈等环节的创新性应用直接相关，这些应用促成了我国电影业体制机制的完善，提高了电影业经营管理的整体水平，释放了电影从业者的创新创造潜力。

因此，本次修订中，我们高度关注移动互联网、大数据、云计算对大众文化

产业的积极影响，探讨中国大众文化产业借助移动互联网、大数据、云计算进行弯道超车的可能性与路径。为此，我们依据这一基本理念，对全书内容做了全面修订，增加了相关论述，删除了过时的内容。我们在第一章里，还专门以一节的内容通过案例分析的方式讨论了互联网对大众文化产业格局重塑问题，使读者对此有一个深入具体的把握。

第二，高度关注近年来中国大众文化发展的最新变化，梳理和总结中国大众文化发展的经验、路径和规律，为中国大众文化可持续健康发展提供有益思考。

近年来，中国大众文化以加速度、跨越式的态势迅猛发展，通俗小说、类型电影、电视剧、流行音乐、漫画与动画、时尚文化都取得了令人瞩目的进步。在通俗小说领域，文学网站通过其商业运营，集聚网络小说写手与读者，成为中国内地通俗小说最重要的生产基地，影响着内地通俗小说创作格局和未来走向。更值得一提的是，中国大众文化产业的创业者们，遵循中国文化市场规律，探索出了一条由网络小说进一步延伸到影视、动漫、游戏等下游产业链的中国大众文化发展路径。在漫画与动画领域，我国动漫从业者们依靠互联网平台积极创新，走出了一条和美国、日本完全不同的动漫发展之路。漫画及动画电视剧《十万个冷笑话》、动画电视剧《秦时明月》、动画电影《大圣归来》等的成功，就是这种创新的明证。

中国大众文化近年的进步，与世界大众文化发展相比，既有共同规律，也有自己特殊的规律、特色、路径。将中国大众文化发展的经验、路径和规律梳理总结出来，是我们应尽的职责。

本次修订，我们根据这一宗旨，对全书的理论阐释部分做了必要的修订完善，同时根据大众文化产业的最新发展，全部更新了每章的最后一节——案例分析部分。

第三，根据国内外大众文化发展情况，增加对相关大众文化类型的介绍。

在西方大众文化形态中，幻想文艺占据重要地位，受众规模和社会影响力巨

大，经济收益可观。幻想文艺主要体现在叙事类大众文化形态中，主要表现为科幻、奇幻、恐怖三个细分门类。由于文化传统原因，我国的幻想文艺一直都不发达，也没有出现标志性的幻想文艺作家、作品。但随着中国社会进一步开放，近年来我国幻想文艺开始发力，一些具有中国文化特色的幻想文艺类型开始出现，同时一些标志性作家也渐次登场。在通俗小说领域，以往在国内传统出版中不存在的小说类型，如玄幻小说、穿越小说、盗墓小说、架空历史小说等被创造出来，而以前国内传统出版中虽然有，但发展程度比较有限的类型如恐怖悬疑小说、灵异小说、科幻小说等，也得到了进一步的发展。特别值得一说的是，在我国通俗小说领域一直处于非主流地位的科幻小说，在近几年也获得了长足的进步。2015年8月，我国科幻小说家刘慈欣以《三体》获得了世界科幻小说界最高奖项——“雨果奖”，表明中国科幻小说与国外先进水平的距离大大缩短。

本次修订，根据国内外大众文化发展情况，增加对幻想文艺的介绍，使教材内容更加全面合理。

莫林虎

2016年3月27日

目 录

第一章 活色生香的大众文化

第一节	大众文化的定义以及大众文化与其他文化形态的关系	3
第二节	大众文化的特征	10
第三节	大众文化的主要形态	21
第四节	大众文化在我国的发展状况及其社会文化影响	36
第五节	个案研究: 阅文集团——互联网对大众文化产业格局的重塑	44
思考题		52

第二章 通俗小说

第一节	通俗小说概说	54
第二节	通俗小说的重要类型	73
第三节	个案研究: 以另类的方式传递主流价值观、跨越雅俗——以《斯蒂芬·金的故事贩卖机》为中心	97
思考题		104

第三章 类型电影

第一节	作为大众文化形态的电影的特征与功能	107
第二节	商业电影的主要类型	120
第三节	个案分析: 未来中国的面相——《滚蛋吧! 肿瘤君》研究	133
思考题		141

第四章 流行音乐

第一节	流行音乐的特征	145
-----	---------	-----

第二节	流行音乐的发展历程	163
第三节	个案分析：中国摇滚的新传人——汪峰音乐研究	180
思考题		188

第五章 动 漫 文 化

第一节	动漫文化的特征与功能	191
第二节	动漫文化的发展历程	202
第三节	动漫文化的主要表现形式	208
第四节	个案分析：中国原创动画电影破局之作——《西游记之大圣归来》解读	214
思考题		225

第六章 音 乐 剧

第一节	音乐剧的特征	229
第二节	音乐剧的发展历程	236
第三节	音乐剧的主要类型	245
第四节	个案分析：音乐剧《悲惨世界》研究	249
思考题		258

第七章 时 尚 文 化

第一节	时尚文化的特征和发展趋势	261
第二节	媒体与时尚的互动	277
第三节	个案分析：从“例外”到“方所”——创意推动时尚业的跨界式升级	287
思考题		295

参考文献		296
------	--	-----

后记		300
----	--	-----

超越雅俗界限的金庸



一身兼任报人、社会活动家、武侠小说家多种身份的金庸，在创作武侠小说的时候，早已超越了传统武侠小说粗糙、浅陋的状态，他借助武侠这一中介，传递的是关于中国历史、文化以及现实困境的思索与感慨，实则是《庄子》所谓“谬悠之说，荒唐之言，无端崖之辞”精神的现代版。

图片来源：

[http://www.hilizi.com/bdcb/attachement/jpg/site1/20081007/0019213d
cf070a54f3cc06.JPG](http://www.hilizi.com/bdcb/attachement/jpg/site1/20081007/0019213dcf070a54f3cc06.JPG)

第一章

活色生香的大众文化

大众文化是工业化社会中按照现代产业理念与流程制作出来的通俗文化。大众文化从它诞生的那一刻起，就注定成为现代社会中一道流光溢彩的风景，一个翻云覆雨、引动潮流的领域。随着现代媒介技术的飞速发展，大众文化不断制造着媒介文化热点：“超女”“孔庆翔”“苏珊大妈”……大众文化以其娴熟的手段，吸引着人们一刻不闲的眼球，制造着一个个文化与经济的奇迹。

时至今日，已经很少有人能够逃离大众文化的影响力了。大众报刊、广播、电影、电视、互联网、手机、户外广告媒体等各种媒介中，传递的最重要的内容正是大众文化的各种形态：《读者》心灵鸡汤式的温馨小文、《知音》式匪夷所思的情感命运故事、电视和时装杂志的时尚潮流发布、流行音乐、好莱坞及国产大片、韩剧日剧美剧及国产家庭伦理剧、网络红人、直指人心的食品或时尚用品广告……大众文化之无孔不入，由此可见一斑。

第一节

大众文化的定义以及大众文化与其他文化形态的关系

大众文化的定义很多，王一川在《大众文化导论》中是这样界定的：“大众文化是以大众媒介为手段、按商品规律运作、旨在使普通市民获得日常感性愉悦的体验过程，包括通俗诗、通俗报刊、畅销书、流行音乐、电视剧、电影、广告等形态。”¹这个定义是比较精当的。

大众文化是与经济的发展、城市的兴盛、民众教育水平的提高相伴而行的。大众文化首先是经济、社会、发展的产物，同时大众文化的日益兴盛，也反过来影响和推动着经济、社会的发展。

大众文化是工业化社会中按照现代产业理念与流程制作出来的通俗文化。但大众文化与大众文化之前的通俗文化并非截然无关的两个领域。事实上，仅就我国的情况看，在严格意义上的大众文化出现之前的通俗文化，就已经具备了大众文化的一些重要特征：表达市民心声、商业化运作、以娱乐为旨归。正是看到宋元明清城市文化与传统乡土民间文化的不同，我国民俗学家钟敬文先生在上层社会文化和下层社会文化之间，提出了中层社会文化的概念，这个中层社会文化主要指宋元明清城市通俗文化。因此，我们可以将中国传统社会中的城市通俗文化，看作是现代大众文化的雏形。我国现代大众文化发展过程中，传统社会后期城市通俗文化的基因以这样那样的方式隐现于各种大众文化文本中。如电视剧与传统说书艺术之间的精神关联，张恨水、金庸等通俗小说家对宋元明清小说理念与技巧的吸收，周杰伦歌曲的歌词对唐宋词意境与意象手法的吸收，网络玄幻小说对古

1 王一川：《大众文化导论》，8页，北京，高等教育出版社，2004。

代传说以及志怪小说的有意识学习吸收等，都说明现代大众文化与传统通俗文化间的剪不断理还乱的复杂关系。

一个社会的文化形态可以根据其文化意旨、功能进行分层。比较简洁的分类是二分法，大致分为上层文化和下层文化。如美国人类学家罗伯特·雷德菲尔德（Robert Redfield）在1956年出版的《农民社会与文化》中，提出一种二元分析的框架，认为在复杂社会中存在两个不同文化层次的传统：大传统是指以城市为中心，社会中少数上层人士、知识分子所代表的文化；小传统是指在农村中多数农民所代表的文化。中国台湾人类学家李亦园则将大小传统的概念运用于中国文化的研究，并对应于中国的精英文化（雅文化）和底层民间文化（俗文化）。在这种分类中，大众文化应当还没成为学者关注的对象。如果一定要将大众文化放进这个框架的话，大众文化属于小传统、底层文化的范畴。

我国民俗学家钟敬文则提出了“三层说”：“中国传统文化有三个干流。首先是上层社会文化，从阶级上讲，即封建地主阶级所创造和享有的文化；其次是中层社会文化，城市人民的文化，主要是商业市民所有的文化；最后是底层（下层）社会文化，即广大农民所创造和传承的文化。这三种文化各有自己的性质、特点、范围、结构形态和社会功能。”¹ 尽管钟敬文讨论的是中国传统文化，但我们发现，钟敬文已经敏锐地观察到了城市人民拥有的文化与传统乡土社会拥有的民间文化的差别，而钟敬文所说的中层社会文化即城市文化，主要指称的可能是宋元明清时代的城市通俗文化，这种文化恰恰是现代大众文化的前身：它们具备的媒介性、商品性正是现代大众文化的重要特征。

对于现代社会中的文化分层，我们倾向于采用四分法：主导文化、精英文化、大众文化、民间文化。采用这样一个分层法，对于我们更好地理解大众文化的内涵、

1 钟敬文：《话说民间文化》，3页，北京，人民日报出版社，1990。

功能,理解大众文化在现代社会中的地位、演变,具有重要意义。

主导文化是社会主导力量倡导的文化,以社会安宁、秩序稳定、道德伦理和谐为旨归。在当下的中国,主导文化主要由政府通过行政手段倡导推行,主导文化对其他三种文化构成强大的影响力。精英文化是由知识分子创造和欣赏、表现这个群体的文化旨趣的高雅文化,它具有曲高和寡的特点。民间文化主要指源于乡土社会的民众自发的、口传的通俗文化,它满足的是乡土社会民众的通俗文化需求。

在现代社会中,主导文化、精英文化、大众文化、民间文化四个层面的文化呈现出既相互竞争、对抗,又相互吸收、相互影响的关系。这样一种格局,使得大众文化呈现出复杂多样的生存状态。

一、大众文化与主导文化的冲突与互动

美国大众文化学者费斯克认为,对大众文化要作“双重聚焦”。大众文化既可能配合、强化主流意识形态,也可能以某种隐蔽的形式和方法,表达出对主流意识形态的一种抵制、颠覆。美国好莱坞电影可以很典型地体现这种特征。美国好莱坞电影一方面是对美国主流意识形态的宣扬、强化,如《独立日》《拯救大兵瑞恩》;但另一方面又充满着对这种意识形态的疏离、消解、甚至抵制,如艾伦·帕克的《迷墙》《鸟人》《飞越疯人院》《美国往事》。中国香港电影中对主流意识形态的疏离、消解、抵制也很明显,如“古惑仔”系列、黑帮片等。

大众文化与主导文化既配合又冲突的关系,说到根本,是隐身于大众文化与主导文化背后的政治力量、资本力量、民众力量之间相互博弈的关系。大众文化与主导文化之间关系的具体状态,与其背后各方力量的强弱对比、盛衰消长有着密切联系。

在我国内地,大众文化与主导文化同样表现出既配合又冲突的互动关系。在

20 世纪 90 年代，主导文化对于大众文化的表现样式、技巧还不太熟悉，尚未磨合出符合主导文化需求、兼顾大众文化特点的中国大众文化表现样式，主导文化对大众文化的控制能力尚弱，控制技巧尚不娴熟。因此，该时期的很多剧作，呈现出大众文化与精英文化合作共谋的格局。作品总是在不经意间通过夸张、反讽等手段对主流意识形态进行疏离、消解，《编辑部的故事》《我爱我家》、《寇老西儿》《宰相刘罗锅》等都是此类作品。进入 21 世纪后，中国内地大众文化进入了高速发展期，主导文化对于大众文化的表现样式、艺术技巧已经耳熟能详，大众文化对主导文化的要求也了然于心，主导文化与大众文化相互吸引、有机结合，开始酝酿出具有本土特色的大众文化制作模式，这一点特别体现在电视剧制作中。电视剧是我国市场化程度最高的大众文化领域之一，政治、资本、民众三方力量在这一场域的博弈进行得最为充分，电视剧的制作模式也因此最具有竞争实力。近十几年来，内地电视剧类型中，历史剧、家庭伦理剧、军旅剧、谍战剧、古装剧等成为电视剧市场上的基本类型，正是这种博弈的结果。像《亮剑》《士兵突击》《我的团长我的团》等军旅剧，《暗算》《黎明之前》等谍战剧，《人间正道是沧桑》《少帅》等历史剧，就是电视剧制作者准确把握了主导文化的要求后，以娴熟的电视剧艺术技巧传递主流价值观的代表性作品。

根据我们对中外大众文化发展历程的考察，我们认为大众文化与主导文化之间的互动关系，没有绝对的、唯一的标准。西方国家的互动关系是在它们自己的历史文化、政治制度、经济发展的背景中产生出来的，而中国内地大众文化与主导文化的互动关系也一样要在我们自己的历史文化、政治制度、经济发展的环境中磨合出来。

二、大众文化与精英文化的冲突与互动

大众文化是一种商业文化，最大可能地迎合受众，尽量不冒犯受众是大众文

化的铁律。而精英文化以其孤标傲世的姿态卓然而出，它对社会良知的守望、对精神世界的终极性思考、对艺术的精深探求，使得它从骨子里就与大众文化构成一种冲突、对抗的紧张关系。民国时期，茅盾等人对武侠文化、鸳鸯蝴蝶派文学不遗余力地批判；改革开放以来，一大批持精英文化理念的文人学者对金庸等大众文化名家的排斥，都可以很清晰地看到大众文化与精英文化的剧烈冲突。

但我们也要看到，精英文化之所以在此前对大众文化采取蔑视、批判、排斥的态度，除了当时的大众文化水准确实存在庸俗、肤浅的问题外，还有一个重要的前提是，大众文化尚处于发轫期，资本、受众的力量都还处于弱势，当时代表精英文化的知识分子处于社会的核心位置，占据着政治、文化的话语权。这样一种权力关系，当然就呈现出大众文化被动挨批、精英文化高歌猛进的态势。

但世易时移，峰回路转。经济的发展、城市的兴盛、民众教育水平的提高、民主社会的不断巩固和发展，特别是20世纪50年代以来西方发达国家渐次进入后现代社会，社会思想、文化需求呈现出不可逆转的多元化状态，这使得当年类同于丑小鸭的大众文化出落为一个风情万种、亭亭玉立的绝色女子。大众文化背后的资本、民众力量特别是青少年群体猛然崛起，而当年挥斥方遒的精英文化英雄们尽管他们还可以躲进象牙塔自命清高，但他们的谆谆教诲已经听者藐藐了。这种权力格局的变化，除了文化背后社会力量对比的变化外，还有就是如今大众文化作品早已不是当年的浅陋、恶俗所能相比了，这个时代依然有浅陋、恶俗的大众文化作品，但也有不少姹紫嫣红的各类大众文化精品，令无数的高素质受众获得了精神上的愉悦和满足。于是我们看到，大众文化与精英文化，在冲突、对抗之外，又有了相互借鉴、相互影响的一面。

香港导演王家卫的电影就是大众文化与精英文化相互借鉴、相互影响的一个范例。王家卫的电影毫无疑问是一种文化商品，他和别的香港电影人不同的地方在于，别人拍的是搞笑片、武打片、赌博片这样的电影大路货，这些大路货是放

在超市里便宜出售的；而他制作的是电影精品，是可以放在专卖店里供高端消费者购买的。王家卫的电影与高度商业化时代后现代主义文艺思潮有着密切联系，正是这种后现代主义特性，使得王家卫电影既具有了精英文化的意味，又具有不折不扣的大众文化内核。

王家卫电影中的后现代主义把本是精英文化中的精神苦痛转化为了时尚化的纯粹审美消费。时间是王家卫电影中特别喜欢玩味的一个很具有玄虚意味的精神道具，这使得“王记”电影产品具有别人所无法仿造的品位，使得观看王家卫电影也成为身份、品位的象征。在王家卫的电影中，“孤独”“疏离”“无奈”等等这些知识分子气息的词汇成为他的独有标记。于是这些本来似乎很深奥、很边缘的内容在王家卫完美无瑕的电影技术的精雕细刻下，一夕之间成为时尚、新潮的象征。从这个意义上说，王家卫是后现代主义时期的弄潮儿。王家卫的电影是有一个发展过程的，但这其中王家卫始终贯穿一条线索：时尚。

王家卫曾说他对 20 世纪 60 年代有一种特别的感情，他的《阿飞正传》《花样年华》都把背景设在这个时代。但王家卫在电影里，实际上是通过怀旧制造出一种具有特殊魅力的时尚形象。美国文学评论家杰姆逊认为：“后现代的怀旧电影准确地说就是这样一套可消费的形象，经常以音乐、时装、发型和交通工具或汽车为标志。在这些影片中，时代的风格就是内容，并且它们以我们所讨论的特定时代穿着时髦的人取代了事件。”¹ 王家卫电影可以说是杰姆逊这一论断的经典演绎。

通俗小说的创作也是如此。金庸小说之所以能在海内外华人世界中风行数十年而不衰，很重要一个原因就是他的作品在精英文化和大众文化之间维持了一种微妙的平衡。他的作品从外部特征看，是典型的通俗小说：乱世中的侠客佳人，匪

1 [美] 詹姆逊：《文化转向》，胡亚敏等译，125 页，北京，中国社会科学出版社，2000。