

四川大学“十·五”211工程重点建设项目中外文学与俗文化资助项目

CONSUMER

消费社会的

文学文本

广义大众传媒时代的文学文本形态

蒋荣昌 著



四川大学出版社

四川大学“十·五”211工程重点建设项目中外文学与俗文化资助项目

# 消费社会的 文学文本

广义大众传媒时代的文学文本形态

蒋荣昌 著

# CONSUMER



四川大学出版社

责任编辑:梁 胜 庄 剑  
责任校对:李 力  
封面设计:刘梁伟  
责任印制:李 平

### 图书在版编目(CIP)数据

消费社会的文学文本: 广义大众传媒时代的文学文本形态 / 蒋荣昌著. —成都: 四川大学出版社, 2004.7  
ISBN 7-5614-2851-0

I. 消... II. 蒋... III. 文学理论—研究 IV. I.0  
中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 066620 号

书名 **消费社会的文学文本**  
——广义大众传媒时代的文学文本形态

---

作者 蒋荣昌 著  
出版 四川大学出版社  
地址 成都市一环路南一段24号(610065)  
印刷 成都宏明印刷厂  
发行 四川大学出版社  
开本 880mm×1230mm 1/32  
印张 7.75  
字数 190千字  
版次 2004年7月第1版  
印次 2004年7月第1次印刷  
印数 0 001~2 000册  
定价 20.00元

- ◆ 读者邮购本书,请与本社发行科联系。电话:85408408/85401670/85408023 邮政编码:610065
- ◆ 本社图书如有印装质量问题,请寄回出版社调换。
- ◆ 网址:www.scupress.com.cn

---

版权所有◆侵权必究

# 消费社会的文学文本

## ——广义大众传媒时代的文学文本形态

自19世纪晚期以来，西方社会内部的体制形态已发生了巨大改变。这种改变的最终结果就是消费社会的全球化体制及消费主义文化意识形态（culture - ideology of consumerism）取得支配地位。消费社会以西方社会的普选权及社会福利体制的建立和生产者的消费者化为标志，使西方文明的基本价值获得了在日常生活体制层面的表述形式。这种对自由、民主、平等等“现代性”基本价值的日常生活化表述体制构成了消费社会的结构逻辑，从而让消费社会的种种文化形态成为可能。以此为基础，本文着重探讨了消费社会全球化体制下“语言”的解放运动所导致的文学语言及文学文本的多元化以及在多元化的文学语言及文学文本世界中传统文学文本边缘化的现象，以及其中包含的对于“文学”的意义。现将本文的创新点和学术价值概述于下。

西方重要的消费社会理论对上述社会体制层面的转变，在社会正义理论范围内的意义迄今未作出有正面建树的讨论，而对消费社会及消费主义文化意识形态或后现代主义文化的批评实际上又暗中立足于现代以来的诸种社会正义理论。这样，在未经清理的现代社会正义理论视野下受到打量的消费社会及其文化形态已不可能不饱受质疑和诟病。

本文以回溯“现代性”社会正义理论的一些基本误失为前提，检讨消费社会体制在社会正义（历史正义）论视野下的价值基础，阐明消费社会是“现代性”奠基以来，“现代社会”自身转进在逻辑上必然走向的一个阶段，也是“现代性”理论中左、右两派思想家的论战所表征的实践层面的“阶级斗争”所推动的

一个结果。

本文认为，在西方思想界的论述传统中不断面临相互冲突的自由、民主、平等等“基本价值”的价值观，作为“现代性”最重要的价值论基础，一再成为质疑消费社会及其文化意识形态的理论前提本身，即是必须对之进行质疑和清理的首要问题。

通过本文的细致辨析，原来在西方思想界的论述传统中总会在种种地方相互冲突的“自由”、“民主”、“平等”等构成“现代性”核心的基本价值，找回了各自据以出发的地基——“普遍有效的公民身份”。自由、民主、平等等基本价值不过是“普遍有效的公民身份”这一最终价值基础（或正义论基础）在不同意义领域内的表现形式。只要始终坚持从“普遍有效的公民身份”这一“自由”、“民主”、“平等”的原始基础去打量“自由”、“民主”、“平等”之间的相互关系，我们就不可能遭遇这种种基本价值在传统“自由观”、“民主观”、“平等观”下可能遭遇的种种不解之结。

而又正是在这里，“消费社会”及其文化意识形态以其在历史上迄今为止首度达成的“消费者公民社会”的社会结构逻辑展露了其不可辩驳的“合法性”或“正当性”。这种“合法性”以“现代性”视野中的“自由”、“民主”、“平等”等基本价值超越传统的政治领域贯彻到政治、经济和日常生活方方面面的完整形态表现出来，并且也是以“现代性”视野中无法想象的上述基本价值相互融贯、互为支撑的方式表现出来。

消费社会的结构逻辑及其文化形态作为“自由”、“民主”、“平等”等基本价值融贯一致的基本社会体制及其文化形态，是一个体制性的巨大“启蒙文本”，由此奠定基础的社会生活的合法化进程，是消费社会生活形态和后现代主义文化中包含的被传统的消费社会理论和后现代主义文化批评所忽略的不可忽略的基本意义。

本文认为，消费社会的结构逻辑从根本上说，即是所谓市场民主制。这是与近代货币信用货币化的历史进程相伴而生的体制。货币的信用货币化，意味着持币者公民社会的最终确立。货币信用货币化表明国家作为货币发行人的权力已是公民社会的普遍契约授权的权力。它已不可能是某种可以单方面改变货币交易条件（亦即获取货币记录的条件）的专制权力，而是对任何货币交易者而言中立的权力——一种公共权力。

同样，信用货币之为信用货币也要求民间的货币交易遵循信用原则，亦即以自由自愿的交易为取得货币的唯一条件这一交易原则。这一原则规定了“持币者公民”作为普遍有效的身份在货币交易行为中至高无上的权力，同时也使当事人双方成为某种交易所当之事的最高主权人。以此为基础的市场民主制，把公共生活中每件具体而微的公共选择交到了以“货币”作为“选票”的消费者手中。因此，“生产者”的“消费者”化是与国民普选权的取得和社会福利体制保证每个人在最基本的限度内持有普遍有效的“消费者身份”互为表里的历史事件。

以此为基点来考察消费社会及其文化意识形态，可以看到，自早期的齐美尔和蔚成大观的法兰克福学派以来，饱受诟病的消费社会及其意识形态以及被视为“后现代主义”文化的消费社会文化，其内在的合法性其实坚不可摧。据此，因忽视消费社会作为“现代”以来在“现代性”内部所发生的合法化运动的最终历史成果所内在地包含的合法性，站在前后现代或前消费社会时期的精英主义立场上展开的对消费社会的批评，其有效性已大可质疑。

本文也循此对与后现代主义文化和消费社会有关的代表性论述作出了自己的回应。对后现代主义的若干论题领域，如“后现代知识状况”、“符号和影像消费”、“生活与艺术的界限消失”、“高雅文化与通俗文化或精英文化与大众文化”等，本文分别陈

述了自己的见解。

根据文化人类学现有的田野调查资料和研究成果，结合政治哲学领域内的若干进展，本文认为人类文化即是不同的人类社会集体所制作和发明的一系列符号体系。“词”与“物”在这个意义上不过就是不同层次的“词”。世界观下的世界（文化视野下的“物”）、制度、语言、工具和器物、行为方式……人类社会中凡是与“人”遭遇的东西，无一不是“符号”或“语言”。基于这种广义的“文化符号学”的理论观点，我们可以看到，消费社会结构逻辑的建立，便意味着在传统社会被当作某种集体制作文本来使用的器物语言、行为语言等等符号系统，由此获得了前所未有的解放——从集体制作的文本中解放出来，成为个人可以援引的“创作语言”。后者正是消费社会文学文本形态发生转折的“语言基础”。

基于上述对消费社会结构逻辑及其文化意识形态以及广义的语言学转向的理解，本文追溯了传统文学理论有关文学文本“文学性”之所在的种种理论描述。认为不管是其古老的“再现说”（包括“摹仿说”），还是自俄国形式主义及结构主义以来“科学的”文学理论，都从自身的理论立场看到了文学文本“文学性”的某种真相，但由于所有这些理论立场都并不处在“广义的语言学转向”这一生活世界波澜壮阔的语言解放运动之中，不会有反思自身立场合法性的足够动力。而文学研究从传统的“文学研究”向“文化研究”的转变正是对生活世界的语言解放运动和文学文本形态转变的一种理论反应，这为我们反思传统文学理论的文学观提供了动力和契机。本文由此将有关“文学性”的追问放到了传统理论立场背后的立场上面。

在本文看来，文学文本总是某种表现性文本，亦即以不同语言或多种语言制作的其所指即“意味”或“情绪”的文本。除在传统“艺术”领域内的文学文本一般是，其直接所指即“情绪”

或“意味”的表现性符号所构造的文本外，大部分文学文本据以构成的表现性语言本身是内部包含着一个外延符号系统，并以此外延符号系统为能指层的内涵符号（或符号系统）。在此充当内涵符号系统的能指层的，是自有其能指与所指的“实用”符号——包括论证、说明、描述的“语言”，和工具、器物、服装、建筑、行为、生活事件等等在内的范围广大的“实用”符号或文本。内涵的表现性符号（文本）在此构成了“实用”符号（文本）的一个隐喻。这一隐喻文本的所指即是与此“实用”文本相表里的“情绪”或“意味”。

因此，读者与“文本”的关系，亦即读者在此与“文本”之间构成实用意义关系或隐喻意义关系，是“文本”作为“实用文本”或“文学文本”的分野所在。所谓的纯审美文本，即是能够以某种阅读体制将读者与“文本”之间的实用意义关系割裂，让读者将“文本”读作其可能的实用意义的隐喻形式的那种文本。“文学作者”可以有所作为的领域，即是通过使用所谓“文学语言”来构造其意义已与“实用的意义”相区隔的文本意义，使“文学文本”仅能以其隐喻形式出场。

在这个领域，传统文学理论关注语言的修辞以及作为其重点的隐喻，而忽略了甚至大部分在传统文学文本内的“语言”都是不修辞和非隐喻的，修辞或隐喻只不过是“语言”的实用意义悬置起来的伎俩。而“文学文本”的“文学性”之根本，并不在于其中的某词、某句与“实用意义”的区隔（句子或词语的修辞或隐喻），而在于其整个文本（或符号）的意义即是“实用意义”的隐喻意义。

在消费社会日常生活中大量涌现的“文学文本”，就是这种以时空区隔来割断读者与文本间的实用意义联系，从而将生活事件、器物等实用文本文学文本化的，其实用性与文学性互为表里的文本（至于纯粹的表现性文学符号文本——即苏珊·朗格意义



上的“情感的符号”——是否也是某种隐秘的实用意义的内涵意指符号或实用意义符号的隐喻形式，需作具体分析）。

从这里出发，我们已可以清楚地看到消费社会文学文本形态的种种现状及其文学性之所在——大众传媒、广义的行为艺术和广义的装置（器物）以及网络事件、生活事件、体育赛事、明星等等消费社会的文学文本形态即是以某种方式（时空的区隔或文本内的语言方式的区隔）实现了与实用意义关系的某种区隔，从而将某种实用文本隐喻化或内涵意指化的文学文本形态。

# **Literary Text in a Consumer Society**

## **—The Turn of Literary Textual Form**

The prevailing of the global consumer society and the culture – ideology of consumerism has brought out the western society essential transformation. Although all the criticism around the consumer society, the culture – ideology of consumerism and postmodernism is virtually based on the various theories on social justice, the significance of the historic transformation in the sense of social justice has not been revealed. As a result, discussion without necessary theoretical prerequisites is fallible and confusing.

This dissertation, after tracing back to some principal fallacies on theories of social justice, is to elucidate the value system on which theories of justice in consumer society are based by demonstrating that the consumer society is an inevitable logic result of the development of modernity.

In this dissertation, the basic values such as freedom, democracy and equality, as the most important axiological basis of modernity, and the theoretical prerequisites to the criticism against consumer society, are the primary supposition to be examined. The candidate locates the fundamental values, freedom, democracy, and equality, which seemed to be conflicting in western tradition, on the basis of general citizenship. In this sense, all the fundamental values mentioned above are the form of general citizenship. In this way, the disputes on those fundamental values could be settled; furthermore, the logic of the social structure of consumer society as well as the culture – ideology of consumerism could be regarded as

indisputably legitimate.

The structural logic of consumer society is, essentially, the market democratic system. This system relates to the historic development of monetary credit in the modern times. The establishment of monetary credit symbolizes the establishment of civil society consisting of money holders. On the one hand, the power of state to issue bank notes is authorized by the civil society through general social contract, which makes the state power authentic public power. On the other hand, citizens as money holders are endowed with infrangible rights in transactions. Market democratic system based on this principle has put the right of public election to the hands of each money holder, using the bank notes as the votes. Therefore, producers become consumers, and this coincides with and is guaranteed by the universal suffrage and the social welfare system.

As for consumer society as well as the culture – ideology of consumerism, although having been severely criticized since the advent of consumer society, in the theories of Georg Simmel and the influential Frankfurt School, the legitimacy is unshakable. On the contrary, it is the criticism from the standpoint of elitism in the times of pre – consumer society, neglecting of the legitimacy of consumer society, which is dubitable. The candidate, in response to some representative fallacies, re – analyzes such postmodernist problems such as the condition of postmodernity, the consumption of symbols and images, the vanishment of the division between life and art, and the relationship between high culture and popular culture.

According to the achievements of anthropology and the materials attained from field study, as well as the progress in the

field of political philosophy, this dissertation also elucidates that human culture is a system of symbols created by various social groups. As for the relationship between words and objects, actually, both words and objects are languages in different levels. Everything in human's worldview, objects in the world of culture, social systems, languages, tools, utensils, behaviors, are all symbols or languages. From this linguistic supposition of cultural semiotics, it is clear that the structural logic of consumer society would certainly lead to an unprecedented linguistic liberation of the symbol system including objects and behaviors appeared in pre-consumer society. It is the liberation that sets the linguistic foundation of the transformation of literary texts in a consumer society.

Based on the above comprehension of the structural logic of consumer society, the culture-ideology of consumerism, and the linguistic turn in a broad sense, this dissertation re-evaluates the traditional literary theories about literariness. The theory of representation or the theory of mimesis or the Russian Formalism, or the structuralism, did reveal some features of literariness from their own theoretical perspectives. All these theories, however, outside of the life-world in which the far-reaching linguistic turn are taking place, are devoid of momentum of introspecting their own legitimacy. Actually, the transformation of literary study to cultural study is none other than a theoretical response to the linguistic liberation in the daily life-world and the transformation of literary texts, and this response provides literary researchers the very momentum of introspecting the traditional literary conceptions.

In the view of the candidate, any literary texts are presentive, i. e. texts in various languages expressing emotions or meaning of

certain appealing. Apart from those traditional literary texts directly signifying emotions or meaning, most of the literary texts in presentive languages, consist of a system of denotative symbols, which acts as the connotative system of the signifier system. The signifiers of the connotative symbols are practical symbols with their own signifiers and signified, such as words used to demonstrate, describe, and to argue, plus tools, utensils, fashion, architectures, behaviors, daily matters and a vast range of practical symbols and texts. Then, the connotative presentive symbol/text could be regarded as a metaphor of practical symbol/text, and the signified of this metaphor is the emotion or meaning behind the practical text. Therefore, whether it is the practical or metaphorical relationship between the reader and the text becomes the division of practical texts and literary texts. So, the so - called pure aesthetic texts are those deprive the practical relationship between the readers and the texts through specific reading mechanism, making the readers just read the metaphors out of the practical meaning in the texts. The work of a writer is creating texts whose metaphorical significance and practical significance are separated, so that only the metaphorical significance can be perceived. The traditional literary theories usually focus on the rhetoric and metaphors, but neglect the fact that even the language of most of the traditional literary texts is not metaphorical. Rhetoric and metaphors are merely tricks to conceal the practical significance of texts, while the essence of literariness lies in the identity of the significance of the text/symbol and the metaphorical significance of the practical significance. In this way, the candidate elucidates the form of literary texts and the literariness in consumer society. Mass media, body art in a broad

sense, daily appliances and facilities, the cyber, daily matters, sports games and so on are all literary texts which have embodied the separation of the practical and metaphorical significances.

# 目 录

## 引言

|                      |     |
|----------------------|-----|
| 从“文学研究”到“文化研究” ..... | (1) |
|----------------------|-----|

## 第一章 消费社会

|                                  |       |
|----------------------------------|-------|
| 第一节 消费社会 .....                   | (26)  |
| 第二节 后现代知识状况 .....                | (32)  |
| 第三节 符号和影像消费 .....                | (38)  |
| 第四节 生活与艺术的界限消失 .....             | (45)  |
| 第五节 高雅文化与通俗文化或精英文化与大众文化<br>..... | (51)  |
| 第六节 “深度”或“意义”的丧失 .....           | (56)  |
| 第七节 财富世界 .....                   | (60)  |
| 第八节 近代货币与市场民主制 .....             | (66)  |
| 第九节 自由? 民主? 平等? .....            | (74)  |
| 第十节 提出主张、征求同意 .....              | (100) |

## 第二章 语言与文学

|                 |       |
|-----------------|-------|
| 第一节 语言·····     | (110) |
| 第二节 文化·····     | (116) |
| 第三节 词与物·····    | (123) |
| 第四节 文学及其语言····· | (128) |

## 第三章 消费社会的文学文本

|                           |       |
|---------------------------|-------|
| 第一节 广义的语言学转向与多语言文学文本····· | (145) |
| 第二节 器物·····               | (153) |
| 第三节 大众传媒·····             | (160) |
| 第四节 生活事件·····             | (164) |
| 第五节 网络·····               | (168) |
| 第六节 体育竞赛·····             | (172) |
| 第七节 广义的行为艺术·····          | (175) |
| 第八节 造星运动·····             | (178) |

## 结语

|                                 |       |
|---------------------------------|-------|
| 大众社会？还是公民社会？·····               | (181) |
| 广义大众传媒时代——读文？读图？读物？读人？<br>····· | (199) |
| 参考文献·····                       | (217) |
| 后记·····                         | (229) |



## 引言

### 从“文学研究”到“文化研究”<sup>①</sup>

近三十年来，“文学”是否消亡已成为文学研究界焦虑的中心问题，并已经演变为当前文学研究的一个尖锐的、重大的理论问题。

一个突出的现象是，欧、美各大学文学系的大部分文学研究者的研究重心从纯审美文本的解析转向了对文明体制、大众传媒及其内外冲突等文化文本的批评性读解。文学研究的重心似乎由此转到了文学之外——而在文学之外轰轰烈烈展开的文化研究<sup>②</sup>却在文学系的讲坛上赢得了前此的文学研究课程不敢奢望的听众。文学和文学研究的死亡似乎已到了指日可待的地步。与此同时，传媒研究成为拥有广泛名目的种种系科安身立命的根据。广义的文化研究构成了声势巨大的新批评运动，传统文学及其研究的边缘化由此已成不可逆转之势。而在此一不可逆转的进程中不断传出的文学消亡论<sup>③</sup>和有关文化研究已转到文学之外的种种议论<sup>④</sup>，其意旨的真实性和准确性却大可质疑。

---

① 本节中的部分内容已以《从“文学研究”到“文化研究”：世界性文学审美特性之变革》为题发表在《河北学刊》2003年5期，该文为曹顺庆教授与本人合著。

② 文化研究最早的代表性作家应为本雅明和布莱希特。本雅明的《作为生产者的艺术家》和《机械复制时代的艺术品》是文化研究在早期的经典作品。20世纪70年代以后“文化研究”变得声势浩荡，显然与英国伯明翰大学当代文化研究中心的工作直接相关，也与理查德·霍加特（Richard Hoggart）和雷蒙·威廉姆斯（Raymond Williams）等发表于20世纪50、60年代的著作直接相关。

③ 可参见希利斯·米勒等人于2000年发表于《文学评论》的有关论文。

④ 参见叶舒宪《从比较文学到比较文化》，载《东方丛刊》1995年第三辑。