

资助单位:

首都师范大学文学院 211 项目资助

北京市市属市管高校人才强教创新团队计划资助

北京市创新拔尖人才项目资助

DAZHONG
Wenhua
Jiaocheng

D A Z H O N G W E N H U A J I A O C H E N G

大众文化教程

陶东风◎主 编

和 磊 贺玉高◎执 笔

在20世纪与21世纪交替的历史性时刻，中国文化面临深刻转型，其最为重要的标志或事件是大众文化的兴起。精英及其对于整个思想—文化—学术图景的改写与重构。与此同时，学术界对于这种转型的反应集中表现为以大众文化为主要对象的新兴研究领域——文化研究的兴起。

但毋庸讳言，与大众文化实践迅速占据整个文化生产和消费的中心这个经验事实相比，对大众文化的研究则在今天仍然显得严重滞后。这点在现代社会人文知识生产的主要场所——高校文科教育中，体现得最为明显。如果说，在我们的大众媒体中，关于网络、广告、大片、选秀、明星、畅销书、肥皂剧、粉丝等大众文化现象的探讨已经变得司空见惯乃至被批评为“炒作”，但在高校的文科教育中，大众文化的教学和研究都仍然处在非常边缘的位置，其合法性远远没有确立。



GUANGXI NORMAL UNIVERSITY PRESS

广西师范大学出版社

院 211 项目资助

北京市市属市管高校人才强教创新团队计划资助

北京市创新拔尖人才项目资助

大众文化教程

· d a z h o n g w e n h u a · j i a o c h e n g

陶东风◎主 编

和 磊 贺玉高◎执 笔

图书在版编目(CIP)数据

大众文化教程 / 陶东风主编; 和磊, 贺玉高执笔. —桂林: 广西师范大学出版社, 2008.4

ISBN 978-7-5633-7461-8

I. 大… II. ①陶…②和…③贺… III. 文化—研究—高等学校—教材 IV. G112

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 039641 号

广西师范大学出版社出版发行

(广西桂林市中华路 22 号 邮政编码: 541001)
(网址: <http://www.bbtpress.com>)

出版人: 何林夏

全国新华书店经销

桂林漓江印刷厂印刷

(广西桂林市西清路 9 号 邮政编码: 541001)

开本: 787 mm × 1 092 mm 1/16

印张: 20.5 字数: 425 千字

2008 年 4 月第 1 版 2008 年 4 月第 1 次印刷

印数: 0 001~4 000 册 定价: 48.00 元

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与印刷厂联系调换。

前言

在 20 世纪与 21 世纪交替的历史性时刻,中国文化面临深刻转型,其最为重要的标志或许就是大众文化的兴起、繁荣及其对于整个思想—文化—学术图景的改写与重描。与此同时,学术界对于这种转型的反应集中表现为以大众文化为主要对象的新知识领域——文化研究的兴起。

但毋庸讳言,与大众文化实践迅速占据整个文化生产和消费的中心这个经验事实相比,对大众文化的研究即使在今天仍然显得严重滞后。这点在现代社会人文知识生产的主战场——高校文科教育中,体现得最为明显。如果说,在我们的大众媒体中,关于时尚、广告、大片、选秀、明星、畅销书、肥皂剧、粉丝等大众文化现象的谈论已经变得无处不在乃至被批评为“炒作”,但在高校的文科教育中,大众文化的教学和研究却仍然处在非常边缘的位置,其合法性远远没有确立。以中文系(多数已经“升级”为“文学院”)为例,目前中国正式把大众文化研究作为必修课程的学校几乎没有,作为选修课程的学校也为数很少。与此相应,正式出版的大众文化教科书寥寥可数。这就形成了一种非常荒谬的局面:一方面,学生们平时接触的文化几乎全部是大众文化,他们和其他社会阶层一样地、甚至程度更深地沉浸在大众文化的海洋中(唱流行歌曲,读三毛、琼瑶、金庸,看大片和通俗连续剧,疯狂参与各种选秀活动,等等),另一方面,大学的课程体系居然仍然排斥大众文化!

这一咄咄怪事充分显示出大学人文教育的滞后,或许也间接说明为学生为什么普遍不喜欢上课。

学院外的情况却截然不同,以大众文化为主要对象的文化研究与文化批评在中国(实际上也是全球范围)迅速兴起。^① 无论高校的文科教学,特别是文学教育中存在多么强烈的抵制大众文化的力量,文化研究理论还是在上世纪 80

^① 这里说的“文化研究”(Cultural Studies)并不包括所有对于文化的研究,而是特定意义上的研究文化的一种视角与方法。它肇始于 20 世纪中期的英国,以英国伯明翰大学当代文化研究中心(CCCS)为机构化标志。大众文化一直是文化研究的主要对象,也是文化研究在英国出现的根本原因。

年代末、特别是90年代以降被陆续介绍到中国并运用于当代中国的文学与文化研究,成为90年代以来文学知识生产的主要理论资源与话语类型之一。它一方面催生了中国内地的文化研究热潮,同时也对于传统的文学观念与文学研究方法产生了极大冲击,并引发了文化研究(批评)与文学研究(批评)之关系的重大论争。可以说,上个世纪90年代以来中国人文学术(包括文学研究)之所以呈现出许多不同于80年代的新特点,文化研究视野的引入是重要的原因之一。

文化研究与文化批评在当代中国的出现不是偶然的。其中,既涉及人文科学知识内部的更新问题,更不能回避社会文化环境的深刻变化;既有中国本土的原因,也离不开西方文化研究的影响。但是,中国本土的社会与文化现实的变化,特别是大众文化的出现,无疑是最为根本性的原因。

众所周知,上世纪90年代初开始,中国的社会文化现实发生了巨大的变化,尤其是市场化、世俗化以及它的文化形态——大众消费文化的兴起,使得整个中国文化“地形图”因之而被重绘。正是这种变化使得中国知识界感受到了西方文化理论和文化研究的魅力。^①一些研究大众文化的著作开始受到注意、逐渐流行。两本西方学术著作在中国的接受史能够说明这个问题。一部是杰姆逊的《后现代主义与文化理论》。本书以后现代主义与大众文化为主要研究对象,书中对后现代大众文化的形态与文本特征进行了通俗而简要的描述(比如平面化、消解深度、机械复制等)。此书中译本虽然在大陆于1986年出版,但在当时并没有受到关注。窃以为原因在于当时中国还没有出现使此书得以流行的环境,换言之,中国的大众文化,特别是本土大众文化还未成气候。到90年代初期,情况发生了变化。此时中国本土已经出现大众文化的兴盛局面(电视剧《渴望》的流行可以作为一个标志),这同时也刺激了学术界了解大众文化的热情。可以肯定,正是对大众文化这个新生事物的兴趣,激发了学术界对于杰姆逊著作的强烈需要。另一部是霍克海默和阿多诺的《启蒙辩证法》。此书中译本初版于1990年。但是对于它的大量引用也是在1992、1993年以后。依据笔者的看法,其原因同样是因为这个时期的中国学者迫切需要借助西方的理论资源来分析与解读中国当时正在兴起的大众文化热潮。^②

此后,对于西方文化研究成果的译介开始成规模地大量涌现,其中绝大多

^① 最初出现于大陆的大众文化是从港台引入的,比如邓丽君的流行歌曲、电视连续剧《霍元甲》等,时间在20世纪70年代末80年代初;而以王朔的小说以及他参与制作的电视连续剧为代表的中国本土大众文化,则兴盛于20世纪90年代初期。

^② 通过对中国这个时期的大众文化研究的著述的粗略浏览即可以发现,它们绝大多数都大量地引用了《后现代主义与文化理论》、《启蒙的辩证法》这两本书(虽然存在相当普遍的脱离中国大众文化的实际语境而机械套用这两种理论资源的问题,对此的批评性检讨可参见拙作《批判理论与中国大众文化批评》,《东方文化》,2000年第5期)。

数是大众文化研究成果。事实上,自20世纪90年代晚期至今,来自欧美学术界的“文化研究”或“文化批评”译著,越来越受到人文科学领域的学者与研究生的青睐。与此同时,大陆本土的文化研究也在90年代中期左右开始成为引人注目的学术亮点。除了散见于各个刊物的文章以外,还有专门性的学术集刊出版。^①此外,还出现了两个文化研究网站。^②在此基础上,已经有人把西方的文化研究与文化批评作为新世纪重建中国本土批评范式的主要话语资源,不同程度地运用到当代中国文化的研究中,并思考其给中国本土批评理论建设所带来的启示和新的可能性,出现了比较多的大众文化研究专著。^③

对文化研究,特别是大众文化研究兴起的社会历史原因,虽有不少学者已经不同程度地提及,但是大多零星而不系统,有继续深化认识的必要。

第一,值得指出的是:90年代市场化、世俗化进程的加速发展,大众文化与消费主义的兴盛,成为文化研究与文化批评出现的最重要的社会文化背景。众所周知,1990年代初期,中国的改革开放经一段时间的停滞以后重新起步、并通过一种变化了的方式以更快的速度发展(其直接的标志是1992年底邓小平的南方讲话),市场经济引发的社会转型加深、加剧。这一世俗化潮流同样也反映在文化艺术界:被称为“痞子文人”的王朔等所谓“后知识分子”的大红大紫;各种文化产业与大众文化的兴盛;“文人下海”、演员走穴等文化领域的商业化、文人的商人化倾向等。这些现象的出现引发了90年代初中期关于“人文精神”的大讨论,它的核心话题就是大众文化。可以说,文化研究与文化批评作为一种批判性话题的出场,不是或至少不完全是知识自身发展的纯自律的结果,毋宁说它是知识分子对当今的社会文化转型的一种值得关注的回应方式。市场经济的迅速发展、文化市场和文化工业突然“崛起”、大众文化的全国性蔓延,这种种新的文化景观对人文学者提出了急需回答的问题,而具有深切的现实关怀并突出跨学科性的文化研究在这方面恰恰拥有自己明显的优势。

第二,大众文化、特别是影像娱乐产业的兴起,文化的视觉化、图像化趋势,

^① 参见陶东风、金元浦、高丙中主编的《文化研究》丛刊,此刊创刊于2000年,是中国内地唯一专门的文化研究丛刊,第1—3辑分别于2000、2001、2003年由天津社会科学院出版社出版,第4辑于2004年由中央编译出版社出版,从第5辑起由广西师范大学出版社出版,截至2007年,已经出版到第7辑。

^② 一个是中国人民大学金元浦教授主持的“文化研究:西方与中国”网站,另外一个上海大学王晓明教授主持的“当代文化研究”网站。前者更加接近文艺学与美学;后者则涉及人文科学与社会科学的各个方面,其特色是关注当代社会热点问题。

^③ 大众文化方面比较早的研究丛书是作家出版社1996年推出的“当代审美文化书系”(在中国的语境中,“审美文化”与“大众文化”这两个术语常常交叉),包括肖鹰的《形象与生存——审美时代的文化理论》,陈刚的《大众文化与当代乌托邦》等。此外还有:金元浦、陶东风的《阐释中国的焦虑——转型时代的文化解读》(中国广播电视出版社,1999年),黄会林等的《当代中国大众文化研究》(北京师范大学出版社,1998年)等。在后殖民研究方面,比较早的著作是张颐武的《在边缘处追索——第三世界文化与当代中国文学》(时代文艺出版社,1993)。相对这些较为专门的研究成果而言,对文化研究这个新的知识生产领域的综合性研究出现比较迟,参见陶东风《文化研究:西方与中国》(北京师范大学出版社,2000年)。

使得文学在很大程度上不再是文化与意义的生产与消费中心。影视、广告、互联网、大众畅销读物等新兴媒体文化已经取代文学成为新的主导性意义生产载体,这个情形与上个世纪80年代非常不同。^①现实世界日益复杂化,新的社会形式、生活方式与文化形态层出不穷,对此中国人文知识分子生产了“阐释的焦虑”,他们迫切需要能够解释这个变化着的世界以及知识分子在其中的新位置的思想武器与知识资源,而局限于内部研究的传统文学研究范式显然已经很难胜任这项任务。^②

第三,文化产业的兴起、文化与经济的日益融合,使得包括文学在内的文化生产与传播的技术、机构、实践、物质方面/层面的重要性变得越来越突出。众所周知,传统的文学研究比较多地集中于解读文学文本,分析文学生产的精神—观念属性以及作家的个体才能与创造力,而不太注重文学活动的物质的、机构的、技术的维度(实际上它不是把文学当作一种文化活动或文化实践看待,而是当作作品或产品看待)。这种研究范型随着新的大众媒介与大众文化生产的兴起而显示出了自己的局限性。因为大众文化生产的突出特点正是它的物质化、技术化与机构化(各种文化媒介机构与文化媒介人在其中所起了巨大作用),文化艺术在很大程度上已经成为产业,其物质属性、技术属性和商业属性变得越来越突出。我以为这一变化同样是文化研究兴起并受到欢迎的重要原因之一。^③因为传统的文学研究一直不怎么关注文学艺术的物质性、技术性和产业性,也不怎么研究文化机构、文化媒介人等在文学艺术生产和传播中的作用。于是我们看到,从事文学研究的学者,开始了对于各种文化生产机构的关注(比如对于商务印书馆的研究、对于《新青年》的研究、对于《南方周末》文化版的研究、对于电视台的某个节目的研究等)。^④

第四,文化研究出现的另外一个重要原因是日常生活的审美化。当代社会与文化的一个突出变化是审美的泛化或日常生活的审美化。从现象层面看,这个“审美化过程”集中表现于我们生活的现实环境(特别是城市)的日益加剧的符号化趋势,“身体产业”(body industry)、“美丽产业”(beauty industry)的兴

① 80年代的情形是文学一头独大,其他的媒体文化或刚刚起步,或者根本没有出现,文学承担了反映现实问题、参与政治、启蒙大众、娱乐大众等繁复功能。

② 所谓“传统”在此是指80年代初中期形成的文学理论的主导范式。关于这个范式之所以不能阐述当前的文化艺术现象的原因,参见拙作:《大学文艺学的学科反思》(《文学评论》,2001年第5期)《日常生活的审美化与文化研究的兴起》(《浙江社会科学》,2002年第1期)。

③ 关于文化媒介人的作用,最近我看到一篇题为《把艺术做起来》的报道(《中国图书商报》,2003年2月28日),对于王林、黄专、栗宪庭等著名的策展人进行了采访,高度评价了策展人在艺术生产中的巨大作用。

④ 这个变化反映在研究生教育中则是越来越多的文艺学研究生热衷于选择文学机构研究为自己的学位论文题目。比如近几年首都师范大学文艺学研究生就有选择《萌芽》杂志和新概念作文大赛、《故事会》、百家讲坛、《诗刊》等作为硕士学位论文的选题。四川大学、北京师范大学的文艺学研究生也有选择茅盾文学奖、《时尚》杂志为学位论文题目的。

起,城市环境(如广场与购物中心)的美化,各种城市娱乐活动的剧增等,而从社会结构层面看,它还是一个与产业结构的调整相关的,经过大众媒介而发生的,体现于生产过程、消费过程与现实建构过程的巨大社会—文化变迁。审美化的结果导致了审美/艺术与日常生活之间的界限的缩小乃至消失,文艺/审美活动已经超出所谓纯艺术/文学的范围,渗透到大众的日常生活中,艺术活动的场所也已远远逸出与大众的日常生活严重隔离的高雅艺术场馆,深入到诸如城市广场、购物中心、超级市场、街心花园等日常生活空间与场所。

如果说当代的审美活动、文学艺术活动呈现出明显的“外扩”趋势,那么,我们那套建立在80年代“自律论”基础上的文艺学话语则恰恰是“内敛”的。一方面,是受到西方新批评与形式主义等理论资源的影响,另一方面(也是更重要的),是清算与告别“庸俗社会学”的急切心理与此类“内在研究”方法之间存在天然的契合,它们共同塑造了文学研究的所谓“向内转”趋势。一时间,文学研究执著地转入对于文学的文体、叙事、隐喻、象征、原型、节奏等的研究,强调对于文本的细致分析和对艺术形式、艺术技巧的研究与把握。但是这种“自律论”的文艺学观念与方法面对90年代日常生活审美化的事实却显出了自己阐释的无力。笔者已经指出了在这种审美泛化的语境下文艺学所面临的机遇与挑战,以及文化研究兴起的必然性,指出文艺学的出路在于正视审美泛化的事实,紧密关注日常生活中新出现的文化/艺术活动方式,及时地调整、拓宽自己的研究对象与研究方法,呼吁重新建立新的文学—社会研究范式,弥补单纯的内部研究的不足。

第五,知识分子的社会责任意识与参与意识的重新凸显。在上世纪80年代后期的中国文坛,由于国内政治气候与国外文论思潮影响等多重原因,一度出现了对于文学形式的迷恋与关注,作家们热衷于编织“叙述的迷宫”,批评界则大谈所谓“文本的快乐”、“能指的狂欢”,文学创作与批评一度疏离了社会现实(所谓先锋实验小说与批评是其代表),淡化了知识分子的社会批判意识。经过1990、1991年的短暂冷寂,随着1992年邓小平的南方讲话引发新一轮经济大潮,知识分子由于自身的边缘化而开始重新认真思考中国当代的社会文化问题,特别是自己在新的社会现实中的身份认同问题,知识分子的角色意识开始得到强化,强调知识分子的社会批判职能。这种思考一开始集中于知识分子与市场的关系问题(关于“文人下海”的讨论是其标志),后来延伸到对于“市场化”、“商品化”、“大众文化”等问题以及中国的现代化模式、全球化等的反思,以及对于贪污腐败、道德滑坡、贫富分化、农民工权利保障、教育公平、环境污染等

现实问题的关注。^①在这样的语境下,以强烈的政治性、参与性、实践性以及跨学科性为特征的文化批评,为知识分子的社会批判提供了一种非常有利的视角与方法。

总之,文化研究、特别是大众文化研究的出现与兴盛并不是偶然的,也不是局限于文论内部的一种自我逻辑发展,而是复杂的社会文化现实与文论发展的内在需要共同促成的。假如不对于这些复杂语境予以认真的分析,就很难对之作出准确的评价。

我说这些的目的无非是要表明,无论是大众文化还是以大众文化为主要对象的文化研究在中国的兴起是具有必然性的,大学的人文教育没有理由无视这个事实,人文科学的研究者也没有理由回避对它的回应。无论我们如何评价大众文化的价值和意义,它已经成为我们的主要文化形态,同时也成为大众,包括大中学生乃至小学生参与最多的文化活动形式,此乃不可否定的事实。作为以回应社会现实问题为根本使命的大学,没有理由不把大众文化纳入自己的教学和研究。

这是我们编写大众文化教程的主要动机。

作为教科书,我基本上秉持客观的描述性立场进行写作,同时以传达众家之言而非一家之言为己任。我曾经在《我的教材理念》一文中谈到:大学教科书的任务不是讲授自己的一家之言,也不是表达自己的价值判断(虽然彻底做到这两点并不容易,但却不妨努力为之),而是综合众家之言、力求客观公正。就大众文化教材而言,我的观点是:第一,它承担的任务不是或主要不是表达编写者(作者)个人的、当然也不是其他某个理论家个人的所谓“一家之言”,而是通过学生能够接受的方式,把中外大众文化研究中最主要的、最有代表性的成果和知识积累传达给学生,以便学生在学习完毕之后,能够对大众文化领域的研究状况和知识积累有一个基本的了解。第二,我们尽管对大众文化有自己的价值立场,但是我们认为教科书应该尽量避免传达自己的价值立场,教科书应该把大众文化的历史发展、文本特征、接受方式和生产—传播机制客观地描述出来,让学生对之具有基本的了解,至于价值判断可以让学生自己去做。这是教材和个人学术专著的根本差异。如果说个人学术专著追求的是作者自己的独创性理论发现,是真正的“一家之言”(虽然也免不了就特定问题作学术史的追溯,但是主要的目的是发表自己的见解),可以而且应该追求个体性和主观性,那么,教材的主要任务则是介绍特定研究领域的学术和积淀,如果说它也有个

^① 比如人文学界关于“人文精神”的讨论,关于现代性的反思乃至关于国企改革、下岗工人、农民工等具体社会问题的讨论。一个值得注意的现象是:知识分子的社会批判近年来有越来越具体化、务实化的倾向,在许多人文知识分子主办的学术网站已经出现越来越不“专业”的倾向,我们可以在那里发现关于非典问题、高考招生腐败问题、“宝马案”等非常具体的社会现实问题的讨论。这似乎表明知识分子的批判话语已经越来越具体化。

性,那么,这种个性就体现在选择哪些学术观点加以介绍、如何介绍上面(由于学术共同体对于哪些是重要的有代表性的学术观念有一个基本的共识,所以,这里的主观性是非常有限的)。换言之,教材本质上是学术史的一种,但由于它是面向学生而不是研究者的(特别是当它面向大学一年级学生的时候),它和一般的学术史的差异主要体现在:表述方式的通俗性,选择内容的精练性以及较强的理论概括性。就艺术学教材而言,它不可能像面向专业学者的文学理论史专著那样细致地钩沉中国或西方文学理论的史料发现与发展脉络,也不应该完全按照时间线索进行结构。它应该把有代表性、既得到历史上众多的理论家关注又有极大时代意义的“理论问题”(比如“什么是大众文化”)提炼出来,然后把关于这个问题的最有代表性的观点和言论精选出来,最后用客观、公允、规范且学生能够接受的教科书语言表达出来。如果说教材也有“独创性”的话,那么它的独创性就是这方面的独创性。教科书不是一家之言,不是判决书,也不是宣传册。而且我们也注意到,在中国的大众文化研究领域,已经有太多的判决书和宣传册,太多的人在不怎么了解大众文化的情况下就开始义愤填膺地批判大众文化,声讨大众文化,或者兴高采烈地欢呼大众文化,拥戴大众文化。大众文化曾经长期处于批判席上、领奖台上,而不是实验室中。我们无意再编写这样的判决书或宣传册。

陶东风

2007年8月于北京

目
录

前 言	1
第一章 大众、大众社会与大众文化	1
1.1 大众与大众社会	1
1.2 什么是“大众文化”	15
1.3 大众文化的特征与功能	22
第二章 大众文化的几种主要研究范式	29
2.1 文化主义范式	29
2.2 批判理论范式	37
2.3 文化领导权理论范式	46
2.4 能动受众理论范式	52
2.5 政治经济学范式	57
2.6 结构主义及符号学范式	62
第三章 影视文化	71
3.1 中西影视发展概述	71
3.2 好莱坞模式与电影产业	83
3.3 肥皂剧的大众意识形态	108
3.4 亦真亦假:电视真人秀	121
第四章 流行小说	131
4.1 流行小说概说	132

	4.2 浪漫—言情小说	135
	4.3 武侠小说与中国人的江湖情节	148
	4.4 金庸小说的经典化	162
第五章	流行音乐	169
	5.1 流行音乐及其发展简史	169
	5.2 流行音乐理论辩论:当阿多诺遭遇吉安德隆	182
	5.3 听觉视觉化:流行音乐与消费主义	188
	5.4 成长的故事:流行音乐中的文本分析	194
第六章	网络文化	201
	6.1 互联网的发展与网络社会的崛起	202
	6.2 国外网络文化研究状况简介	206
	6.3 网络文学	210
	6.4 网络与公共领域	223
第七章	广告文化	233
	7.1 广告简史	233
	7.2 物与意义——作为意义制造的广告	238
	7.3 广告文化背后的权力与意识形态因素	247
	7.4 广告效果的暧昧性	256
第八章	视觉文化	263
	8.1 从“语言论转向”到“视觉转向”	264
	8.2 视觉的政治	272
	8.2 视觉的消费	277
第九章	大众文化中的粉丝文化	285
	9.1 粉丝与粉丝文化研究	286
	9.2 粉丝狂热的外在原因	292
	9.3 粉丝狂热的内在原因	297
	9.4 粉丝文化与消费经济	302
	附录一:主要关键词索引	307
	附录二:重要大众文化理论家人名索引	312
	后记	315

第一章

大众、大众社会与大众文化

大众文化的兴起与大众社会(mass society)的形成是紧密相连的。可以说,大众社会催生了大众文化。因此,了解大众社会是我们理解大众文化的起点。在本章,我们将从大众、大众社会的形成过程来理解大众文化,以便更好、更深入地把握大众文化的特征与功能。

1.1 大众与大众社会

1.1.1 大众社会的兴起

大众社会是一个区别于传统社会的现代概念(参阅文框 1.1),也是相对于传统社会而言的,是伴随着现代社会工业化的发展、工厂系统和公司制度、官僚体制和科层组织、社会分层与社会分工、移民与杂居、契约与法制等现代社会结构的建立而兴起的。有人曾这样概括过大众社会成立的条件:(1)产业化的批量生产和大量消费者的存在;(2)社会的平权化和民主化的发展;(3)大众传媒的发达和大量信息、娱乐产品的提供;(4)生活水平的全面提高;(5)传统中产阶级的衰退和以“白领”为主的新中产阶层的扩大;(6)社会组织的官僚化的发展^①。

德弗勒和鲍尔-洛基奇在《大众传播学理论》一书中,曾对大众社会做了如下的界定:“大众社会的概念不等于数量上的大型社会,世界上有许多社会(如印度)有着巨大数目的人口,然而就其社会组织而言,它仍然属于传统的社会。

^① 郭庆光:《传播学教程》,北京:中国人民大学出版社,1999年,第171页。

大众社会指的是个人与周围社会秩序的关系。”^①肯豪瑟(William Kornhauser)在《国际社会科学百科全书》中对“大众社会”做了如下解释:“‘大众社会’一词,最好视为显示某种关系的模式,可能主宰社会或社会一部分者。诸如‘大众生产’、‘大众传播’等字眼,系指某种活动有意影响人数极多但彼此或多或少无甚差别的集合体或‘大众’。同样的,‘大众社会’指社会里的大多数制度,系用来应付一群人,其个人态度和行为相似点较相异点更受重视。”^②从这里我们可以看到,大众社会与传统社会的最大区别,不在人口数量的多少,而在结构关系的不同,而这种不同又主要体现在大众与大众之间、大众与社会权力精英之间关系的不同上。下面我们分别给予阐释。

文框 1.1

丹尼尔·贝尔论大众社会

我们的技术文明不仅是一场生产(含通讯联络)革命,而且是一场感觉革命。这种文明的特色——称之为“大众社会”或“工业社会”——可以通过很多方式来理解。我倒愿意从如下几个方面(并非包罗无遗地)来加以说明:数、相互影响、自我意识、未来的定向。实际上,我们接触世界的方式就是由这些因素来决定的。

数。随着大众传播媒介的扩大——随着政治的膨胀、娱乐明星和社会名流的猛增——每个人所知道的人的数目急剧增大……我们每个人邂逅的人数,以及我们必须掌握的姓名、事件和知识的范围——这就是今天我们面临的已知世界有目共睹的事实。

相互影响。当代社会的特征不仅仅表现在它的大小和数目上,而且表现在已经增大的相互影响——既是身体上的(反映在旅游、庞大工作单位和居住密度方面),又是心理上的(通过大众传播媒介)——这种相互影响把我们同如此众多的人既直接又象征地联系在一起。增大的相互影响不仅导致了社会差别,而且作为一种经验方式也导致了心理差别——它造成对变化和新奇的渴望,促进了对轰动的追求,导致了文化的融合,凡此种种都十分突出地表明了现代生活的节奏。

自我意识。对于“你是谁?”这个典型的身份问题,一个墨守传统的人通常

^① 梅尔文·德弗勒、桑德拉·鲍尔-洛基奇:《大众传播学理论》,杜力平译,台北:五南图书出版公司,1991年,第174页。

^② *International Encyclopedia of the Social Sciences*, N. Y.: Free Press, 1968, p. 58. 转引自陈世敏:《大众传播与社会变迁》,台北:三民书局,1983年,第53页。

回答说：“我是我父亲的儿子”。今天的人则说，“我就是我，我是自己的产物，在选择和行动的过程中我创造自己。”这种身份变化是我们自身的现代性的标记。对我们来说，已经成为认识和身份源泉的是经验，而不是传统、权威和天启神谕，甚至也不是理性。经验是自我意识——个人同其他人相形有别——的巨大源泉。

时间定向。我们的社会已经全面地转向以“以未来定向”……事实上，社会不再以自身的方式前进了；它为某些特定的目的而被动员起来。这是根据社会和个人规划对于未来的新的强调，而这种新的强调——以及由于那种强调所承担的新压力而产生的对这一强调的反抗——是我们在美国社会中经验的一个新范畴。

上述四种因素形成了个人对世界产生反映的方式。其中有两种，即数目和相互影响……主要造成了现代感应性中直接、冲击、轰动与同步的显著地位。……而自我意识的出现，以及一个流动性的社会的种种压力，已经导致了对于社会更加公开和自觉的思想反应方式——反叛、异化、退隐、冷漠，或顺从——这一切都格外清晰地蚀刻在文化的表面上。

（资料来源：丹尼尔·贝尔：《资本主义文化矛盾》，赵一凡等译，北京：三联书店，1989年，第135—139页，有删节。）

大众之间的关系

在大众与大众之间的关系上，大众社会首先体现出一种极强的“异质性”特点。具体来说，随着现代社会的高速发展，分工越来越细致，越来越专业化，高度的专业化使得每个人的存在都依赖于他人，人与人之间的关系较比以前更为紧密，合作程度更高。但人们在这种相互合作中的关系中，并没有形成一个具有凝聚力的整体，而是“出现了大量隔绝疏离的个人，他们以各种各样的专业方式相互依赖，但缺少中心统一的价值观和目的。”^①社会由此而成了一个由松散的个人所组成的社会。在这里，人与人之间的传统关系（如血缘关系、人情关系）被极大地削弱，代之而起的是契约关系，而契约关系的暂时性与松散性，直接导致了大众之间关系的短暂、松散与疏远。

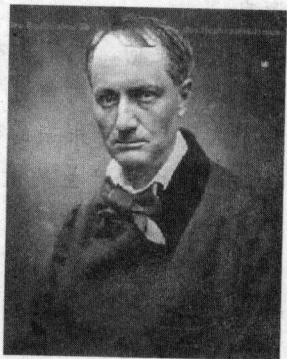
关于大众社会中人与人之间的这种异质性特点，许多学者以不同的说法给予了揭示和阐述。麦克唐纳使用了“原子化大众”这一术语，即大众像原子一样，与其他成千上万的原子一致无异，既不是作为个体也不是作为有机群体中的成员而相互联系，原子化的大众之间缺少任何有意义的或道德上的紧密联

^① 梅尔文·德弗勒、桑德拉·鲍尔-洛基奇：《大众传播学理论》，第174页。

系,个体越来越各行其是,相互疏远。^① 勒庞把大众看作是一群“乌合之众”^②,而法国学者莫斯科维奇则以“群氓”称之,说他们就像是一堆码好的砖块,略经风雨就会坍塌,因为没有任何东西把他们黏合起来^③。理斯曼则从心理学的角度把大众看作是“孤独的人群”^④。所有这些无不显示了大众社会中人与人之间关系的疏远与孤独。在这里,瓦尔特·本雅明(Walter Benjamin, 1892—1940,参阅重要理论家 1.1)对城市大众的这种心理的描述和分析尤为精彩。

在本雅明看来,在前现代社会中,朋友、亲戚或熟人聚在一起,有着一定的血缘和亲情关系,而在现代社会中,人们之间互不相识、互不攀谈,但又必须聚集在城市这么一个狭小的空间中,这就使人产生了一种微妙而复杂的心理:在空间上相互接近,但却在心理上相互疏远,甚至相互戒备。本雅明曾借西美尔(Georg Simmel)的口指出了这一点:“大都市的人际关系鲜明地表现在眼看的活动绝对地超过耳听,导致这一点的主要原因是公共交通工具。在公共汽车、火车、有轨电车还没有出现的 19 世纪,生活中还没有出现过这样的场景:人与人之间不进行交谈而必须几分钟、甚至几小时彼此相望。”正是在这种狭小的空间里,个体每天都面对许多素不相识的人,而每次的相遇都需要个体能够做出迅速的反应,以便获得自己的生存空间,这就使得“大都会居民的眼睛过重地负担着戒备的功能”^⑤。正是这种“戒备”造成了人与人之间的疏远和冷漠。

这种疏远和冷漠又造成了城市大众的孤独,而为了摆脱孤独,城市大众开始寻找新奇或刺激,欲望便在这寻找中蔓延开来。本雅明以城市浪荡子/闲逛者的形象,阐述了城市大众的这种心理。本雅明指出,在 19 世纪的巴黎,首次出现了后来作为市中心步行街楷模的拱廊街。漫步于这个专供行人通过的街上,个体遭际的是互不



瓦尔特·本雅明



19 世纪的巴黎拱廊街

① 见多米尼克·斯特里纳蒂:《通俗文化理论导论》,阎嘉译,北京:商务印刷馆,2001年,第19页。

② 古斯塔夫·勒庞:《乌合之众——大众心理研究》,冯克利译,北京:中央编译出版社,2000年。

③ 莫斯科维奇:《群氓的时代》,许列民等译,南京:江苏人民出版社,2003年,第6页。

④ 理斯曼等:《孤独的人群:美国人性格变动之研究》,刘翔平译,沈阳:辽宁人民出版社,1989年。

⑤ 瓦尔特·本雅明:《发达资本主义时代的抒情诗人》,王才勇译,南京:江苏人民出版社,2005年,158页。

相识而簇拥着匆匆向前的人流,为了能在这样的人流中向前行走,个体就必须在行走中很快出现而又很快消失的各种意料不到的现象做出快速反应。正是在这种快速反应中,“闲逛者”感受着人群所带来的“惊颤体验”。波德莱尔的《给一位交臂而过的妇女》就典型体现了那一瞥的惊颤。本雅明说:“使身体痉挛地抽动的东西并不是他意识到了身体每一根神经的被击中,更是一种对惊颤的意识,随着这种惊颤,一种急切的欲望便直接征服了一个孤独的人。”^①寻找惊颤体验的欲望,正是大众文化试图摆脱孤独的典型体现。

如果说,异质性是从静态上看大众关系所得到的感知,那么,从大众成员的行为趋向上看,他们又具有极大的“同质性”,即具有相同的行为结构,容易受到外部力量的操控和影响,这也就是德弗勒和鲍尔-洛基奇所说的“同质性极高之人群的集合体”^②。奥特加的“平均的人”(the average man)这一概念,则更为形象地指出了大众的这种同质性的特点。奥尔特加说:“不能把大众简单地理解为或主要地理解为‘劳动阶级’,大众是平均的人。从这一点来看,纯粹的数量概念——大多数人、群众——就转变为一种质量上的限定:它被用来指一种一般的社会属性,这种人与其他人没有什么两样,但在他身上却再现了一种普通原型。……大多数人、群众的形成往往意味着组成群众的个人欲望、思想观念和生活方式上的一致。”^③

由此我们可以看到,在人与人之间的关系上,现代大众是异质性与同质性的统一体。在下面的分析中我们将看到,大众和大众社会的这种特点对大众文化产生了极大的影响。

重要理论家 1.1

瓦尔特·本雅明 瓦尔特·本雅明(Walter Benjamin,1892—1940),1892年生于德国柏林,父亲是德裔犹太人,一个成功的古董商。本雅明曾在慕尼黑、柏林、波恩等地研究文学、哲学、语言等。1919年获得波恩大学博士学位,但未能顺利取得大学教授资格。他的教授职位论文《德国悲剧的起源》曾被法兰克福大学否决,但具有讽刺意味的是,如今该书却成为20世纪文学批评的经典。20世纪30年代,德国纳粹上台,本雅明被驱逐出境,开始了他四处周游、流落异乡的岁月。在这期间,他成为法兰克福学派的一员,尽管他与该学派的联系从未像其他主要成员那样正式。1940年,他又移居至西班牙边境小镇,并在那里自

① 本雅明:《发达资本主义时代的抒情诗人》,王才勇译,南京:江苏人民出版社,2005年,第43页。

② 德弗勒、鲍尔-洛基奇:《大众传播学理论》,第151页。

③ 奥尔特加·加塞特:《大众的反叛》,刘训练等译,长春:吉林人民出版社,2004年,第6页。引文参阅了周宪先生的译文,见周宪《20世纪西方美学》,南京:南京大学出版社,1999年,第60页。