



全球化译丛



Global Culture Industry

The Mediation of Things


[英]斯科特·拉什(Scott Lash) [英]西莉亚·卢瑞(Celia Lury)/著
要新乐/译

全球文化工业

物的媒介化



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS(CHINA)

 全球化译丛



Global Culture Industry

The Mediation of Things

全球文化工业

物的媒介化

 社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

图书在版编目 (CIP) 数据

全球文化工业：物的媒介化 / (英) 拉什 (Lash, S.),
(英) 卢瑞 (Lury, C.) 著; 要新乐译. —北京: 社会科学
文献出版社, 2010. 5

(全球化译丛)

ISBN 978 - 7 - 5097 - 1342 - 6

I. ①全… II. ①拉… ②卢… ③要… III. ①文化 - 产
业 - 国际化 - 研究 IV. ①G114

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 036350 号

· 全球化译丛 ·

全球文化工业

——物的媒介化

著 者 / [英] 斯科特·拉什 (Scott Lash)
[英] 西莉亚·卢瑞 (Celia Lury)

译 者 / 要新乐

出 版 人 / 谢寿光

总 编 辑 / 邹东涛

出 版 者 / 社会科学文献出版社

地 址 / 北京市西城区北三环中路甲 29 号院 3 号楼华龙大厦

邮 政 编 码 / 100029

网 址 / <http://www.ssap.com.cn>

网站支持 / (010) 59367077

责任部门 / 编译中心 (010) 59367139

电子信箱 / bianyibu@ssap.cn

项目经理 / 祝得彬

责任编辑 / 刘 娟

责任校对 / 甄 飞

责任印制 / 董 然 蔡 静 米 扬

总 经 销 / 社会科学文献出版社发行部
(010) 59367080 59367097

经 销 / 各地书店

读者服务 / 读者服务中心 (010) 59367028

排 版 / 北京中文天地文化艺术有限公司

印 刷 / 北京季蜂印刷有限公司

开 本 / 787mm × 1092mm 1/20

印 张 / 17.6 字数 / 288 千字

版 次 / 2010 年 5 月第 1 版 印次 / 2010 年 5 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 978 - 7 - 5097 - 1342 - 6

著作权合同 / 图字 01 - 2008 - 3384 号

登 记 号 /

定 价 / 39.00 元

本书如有破损、缺页、装订错误,
请与本社读者服务中心联系更换



版权所有 翻印必究

Scott Lash and Celia Lury

Global Culture Industry: The Mediation of Things

© Scott Lash and Celia Lury 2007

The edition is published by arrangement with Polity Press Ltd, Cambridge

本书中文根据 Polity 出版社 2007 年版译出

《全球化译丛》总序

1998年我主编了国内第一套《全球化论丛》，距今已经十年整。这十年是中国与世界发生天翻地覆的十年，而造成这种巨大变迁的根本动因之一，便是全球化。从世界历史的角度看，全球化实际上是人类发展的一个新阶段，是我们这一时代的最重要特征。它理所当然地引起了世界各国学者的普遍关注，全球化研究也顺理成章地成为人文社会科学的热点领域。在推动国内学术界的全球化研究方面，社会科学文献出版社功勋卓著。在过去的十年中，社会科学文献出版社既译介了大量国外学者的全球化研究文献，又出版了众多中国学者的全球化专著论文。经过不懈的努力，社会科学文献出版社的“全球化”系列，不仅成为该社的一个品牌产品，也成为中国学界全球化研究水准的一杆标尺。

出版社决定进一步整合旗下的各种全球化翻译作品，推出新的《全球化译丛》，谢寿光社长嘱我再为译丛作一个总的序言。作为国内全球化研究的首倡者之一，我责无旁贷。其实，我已经为各种全球化译丛或论丛写过好几篇序言。适应当时国内全球化研究现状的需要，在那些序言中我反复表达的意思是：人类正在进入一个全球化时代，全球化是一个人类历史的转变过程，其基本特征是，在经济一体化的基础上，世界范围内产生一种内在的、不可分离的和日益加强的相互联系。全球化既不是“西方化”，更不是“美国化”和“资本主义化”，它是一种客观的世界历史进程。不管人们承认与否，喜欢与否，害怕与否，它必将深刻地影响中国与世界的

命运。唯有深入研究全球化的规律，积极应对全球化的挑战，我们才能在理论与实践上掌握全球化的主动权。现在，上述这些观点已成共识，无须再强调。尤其在实践层面上，中国不仅深度介入全球化进程，而且是国际社会公认的全球化赢家之一。

那么，在这里再说点什么呢？我想说的是，全球化首先表现为经济的一体化，但经济生活的全球化不仅极大地改变了人类的生产方式、消费方式和交换方式，也极大地改变了人类的思维方式和行为方式，从而对民族文化造成深刻的冲击。换言之，全球化不仅是一种经济和政治现象，也是一种文化和学术现象，正在重塑我们的民族文化和学术研究，改变我们的思维所赖以参照的坐标系，要求我们同时具有民族性和全球性的双向思维。唯有如此，才能真正发展起具有“中国特色”和“中国气派”的中国学术，并使之走向世界，展现中国文化和中国学术的魅力和实力。

长期以来，建立在领土疆界之上的民族国家一直是我们进行想象和分析的基本依托和主要坐标，全球化的进程正在无情地撼动民族国家的传统疆域。毫无疑问，在可见的将来，民族国家仍将是政治生活的核心，国家认同和民族认同仍将是基本的政治身份标志。但是，必须清楚地看到，传统的民族国家已经受到全球化的严重挑战。全球化是一种穿越国界的过程，全球性是人类对民族性的一种超越。它既要求我们进行民族的思考，也要求我们学会全球的分析。民族国家仍然是我们进行比较分析的主要坐标，但全球社会也同样应当是比较研究的基本参照。

因此，在文化建设和学术研究方面，我们必须处理好本土化与国际化的关系，既使文化建设和学术研究扎根于我国特殊的土壤中，同时又不背离人类社会的共同价值和普遍原理。立足于中国的现实，根据我国具体的政治、经济、文化和历史环境，研究我国的理论和实际问题，使人文社会科学研究带有中国特色，这是中国学术发展的前提条件。但是，人文社会科学必然具有超越国家的普遍性原理，离开这些原理，就无所谓科学。我们的学术研究应当在立

足中国的基础上走向国际化，应当使中国的人文社会科学成为国际人文社会科学不可或缺的组成部分，使全世界的学者都认识到，中国的学术智慧是全人类学术智慧的重要内容。

全球化要求我们特别重视前瞻性思维和理论创新。习惯于逆性思维，是我们中华民族传统思维方式的一个显著特点。言必称三王，行必提尧舜，理想的时代必定在古代。即使欲对传统有所突破，也要“托古改制”。带着沉重的怀古情结来观察和评判现实，一看到或听到新的观点和理论，往往不是冷静地分析，而是根据既定的标准进行指摘和抵触，这是我们的传统思维定式。全球化是现代化的延伸，是对传统的超越，无情地摧毁了过去的各种理想模式。在全球化时代，过去的和现存的每一种社会生活模式都暴露出其固有的缺点。它迫使人们进行前瞻性的思考，把理想模式建立在未来，而不再是过去。在这样一种背景下，对于学术研究而言，理论的创新显得前所未有的重要。创新不仅是社会进步的动力，也是文化进步的动力。

全球化要求我们在进行纵向思维的同时，特别重视横向的比较思维。纵向思维使我们能够学习历史的经验，但片面的纵向思维容易把自己局限于狭隘的历史经验中，总是拿自己过去的经验与现实进行比较，觉得自己现在是如何之好或如何之坏，很容易走向两个极端：对现实的虚假满足或极度憎恶，不是夜郎自大，就是自暴自弃。前者使人看不到自己与别人事实上存在的差距，后者则使人看不到自己身上具有的优势和长处。全球化的重要特征是社会的政治经济发展和人类生活的跨国性，它迫使人们更多地进行横向思维，即跳出自己狭隘的历史经验，将自己的经验与别人的经验加以比较，虚心向其他先进者学习，扬己之长，避己之短，既不夜郎自大，沾沾于自己取得的成就；又不妄自菲薄，看到与先进者的差距就垂头丧气。

全球化要求我们打破非此即彼的简单两分法，进行综合的思考。简单的两分法思维方式长期影响着我们的政治和经济生活，其特征是把两种事物截然对立起来，似乎有他无我，有我无他。首先不问观点是否正确，事物本身是否对人民有益，而是一上来就问姓

“资”还是姓“社”，姓“中”还是姓“西”，是“马”还是“非马”。全球化既不是单纯的同质化，也不是简单的碎裂化，它是一个合理的悖论：它既是国际化，又是本土化；既是普遍化，又是特殊化；既是民族化，又是世界化；既是分散，又是整合。全球化是一种真正的“对立统一”，两种完全相反的趋势却奇妙地结合在一起，相辅相成，你中有我，我中有你。取其任何一方而忽视另一方，既不符合全球化的客观进程，更会给现实带来灾难性的后果。

全球化正在摧毁目的论和宿命论的现实基础，要求我们具有过程性的思维。一切宗教和神学的哲学基础都是目的论和宿命论，它有意识地或潜意识地假定一切事物、一切行动都有其终极目的，人们无法超越预先设定的最终目的。一切封建迷信和个人崇拜归根结底也是由这种宿命论和目的论派生出来的，它的现实基础就是社会政治经济制度和文化观念在封闭的环境中长时期地静止不变。全球化使得任何一个民族国家，不能再闭关自守，而必须对外部世界开放，否则就是自取灭亡。全球化不是一种目标，甚至也不是一种稳定的状态，而是一个过程。它迫使民族国家不断对自己的制度和价值进行创新，使改革和创新也变成一个持续的过程。

总之，全球化正在深刻改变人类的思维方式和文化生活，正在改变着中国文化和中国学术。全球化将现代文明提升为全球性的抽象，而不管这种文明源于东方还是西方，所以，学习现代的西方文明并不等于“西方化”，正如学习现代的东方文明不等于“东方化”一样。我们正在全力振兴中华文化，这是全球化背景下的中国文化复兴。我们必须更加主动地迎接全球化对中国文化的挑战，更加积极地进行文化创新，更加充分地吸取人类文明一切合理的成果。这是推动中国文化和中国学术创造性地向前发展，保持和发扬自己的本土优势和民族特色，实现中华民族伟大复兴的唯一正确选择。

俞可平

2008年劳动节于京郊方圆阁

第一章 引言：理论坐标	1
启蒙辩证法	3
全球文化工业	7
第二章 方法：本体论、运动、绘图	23
引言	25
研究方法	28
再论研究方法	41
各章介绍	48
第三章 足球传记：事件的品牌化	57
纯红	59
激情与时尚：杂志	68
1996年欧洲杯	73
媒介场	78
权利商	83
公有物品和公有权利：欧洲模式	93
第四章 观念艺术/媒介艺术/生活艺术	97
观念艺术	101

媒介艺术·····	110
生活艺术·····	118
第五章 媒介的物化：灵活性与动画·····	129
引言·····	131
泛灵论、机械行为和动画·····	136
性格和叙事·····	140
类型与玩具·····	147
弄假成真·····	157
游戏的标准·····	161
第六章 物的媒介化：媒介物之中·····	167
引言·····	169
斯沃琪·····	174
耐克·····	185
大众产品和物的媒介化·····	208
第七章 流动：流通的实践与属性·····	211
引言·····	213
小礼物·····	214
时间的压力·····	219
断裂与差异的流动·····	223
流通的属性·····	231
流动的逻辑与实践·····	234
第八章 巴西文化工业：图像、市场、展示·····	239
引言·····	241

巴西文化工业的三个历史阶段·····	244
全球微观结构：《猜火车》·····	257
全球微观结构：《超级无敌掌门狗》·····	266
人物传记：对行业的热爱·····	270
“路径，路径，路径，路径，路径，路径， 路径”：食人主义·····	277
第九章 结论：虚拟对象与社会想象 ·····	281
引言·····	283
从表征到物·····	285
文化物自身·····	289
游戏：本体论和拟仿·····	293
作为装饰性表面的对象·····	297
商标：结构配对与社会想象·····	302
表面想象·····	308
全球文化工业·····	311
致 谢 ·····	317
中英文人名对照 ·····	320
译后记 ·····	335

第一章

引言：理论坐标

启蒙辩证法

大约 60 年前，马克斯·霍克海默与西奥多·阿多诺首次发表了后来被奉为批判理论指南的《启蒙辩证法》一书。批判理论的经典辩证法源于对包含封建制度、专制制度和公有制度^①在内的旧制度（ancien regime）的研究。在这些制度的社会里，个体的社会地位由出身决定，农奴被束缚在土地上，专制君主通过贵族和教会实行统治，人们以君主和宗教信仰之名发起战争。中世纪的黑暗呼唤着启蒙运动（Les Lumières）。它以光明驱除黑暗，以智慧照亮蒙昧，以建立在理性之上的人人应有的权利代替传统而非理性赋予人的义务。从这黑暗中无可避免地萌生出的，还有社会流动的自由，



太初有言*

* 出自《圣经·新约全书·约翰福音》。——译者注

① 原文为 *gemeinschaftlich* social relations，即公有的社会关系。——译者注

出身再也无法决定一代又一代人的社会地位。与以往农作物年复一年成熟、贵族从乡间别墅移向宫廷的周而复始的轮回彻底决裂的是进步与机会的现世性（temporality）的兴起。启蒙运动消灭了报复心重的神权，高扬人性潜能的旗帜，同时也以一种辩证的方式孕育了市场、言论自由和公民权利的萌芽，促进市民阶层（le peuple）的形成，打破原有的枷锁，换来自治和解放。这就是启蒙。在批判理论看来，启蒙是对外在本质、内在本质^①和社会本质的解放。

然而，启蒙自身蕴涵着一个自相矛盾的逻辑，这种逻辑将它所推崇的价值转化成了它所反抗的势力。霍克海默和阿多诺认为，随着质变为量、自由变为必然、自治变为限定、解放变为新的枷锁，启蒙最终也演变成为新的黑暗神话。没有了教会和君主，人类得以在许多领域施展力量、实现潜能。伽利略、牛顿等人建立的科学体系使自然不再神秘，促成了对外在本质的去神秘化；人的内在本质挣脱了教会宣扬的伦理和原罪的枷锁；社会本质摆脱了包括君主、神职人员、贵族在内的世俗“三位一体”的控制。毋庸置疑，随着社会契约、自然权利和市民阶层的出现，社会的含义发生了变化。从前，社会往往与上层阶级的舞会盛宴以及其他只有少数人参与的情境联系在一起；而今，社会则包含了在新兴公共领域中活动的享有公民权利的民众。另一方面，启蒙的辩证法又将解放变为统治，它那能够解放人的力量又转化成了统治人的新黑暗力量。当知识（savoir）与权力（pouvoir）联系起来的时候，知识就不再是解放人的知识。人类探索自然的能力变成了利用、买卖和消耗自然的能力。解放人内在本质的力量变成了统治它的制度性力量，譬如规范化的、秩序严格的医疗机构、监狱、学校和工厂。在社会本质方面，这种逆转更为极端：官僚主义和独裁主义共同构成了新的暴力集团，其偏激的种族主义倾向催生了法西斯主义的兴起。

^① 此处外在本质指世界的本质，内在本质指人的本质。——译者注

在霍克海默和阿多诺看来，启蒙的辩证法主要侵害的领域之一就是文化工业（culture industry）。批判理论认为，启蒙的辩证法使得这个曾经自治或者相对自治的领域开始遵从工业的法则。也就是说，原本自由的文化领域一旦受到工具理性法则的支配，就变成了好莱坞及新兴出版业、唱片业、广告业等垄断资本手中的工具。这就意味着，一度是启迪的来源和人类潜能的培育者（bildung）的文化变成了一种统治机器，而维持这个机器运转的主要动力就是能够满足寡头公司经济利益的资源消耗活动。文化开始遵循资本主义经济中普遍存在的积累规律。工厂逻辑培育了文化产业中的梦工厂。^① 一度与人类主体性发展联系在一起的和所有其他商品一样，变成了对象。^② 霍克海默和阿多诺认为，这些因素都意味着，从前具有批判性和差异性的文化被资本主义的同一性逻辑所侵蚀。艺术品被简化为相同的效用单位，丧失了原有的本质属性——异质性，物品的内在价值被削减为相同个体所具有的共同交换价值和价格，量取代了质。在霍克海默和阿多诺看来，产业化的文化就是同质文化。在同质文化中，每个个体都相同于其他个体，个体作为商品和工具的本质与其他个体的本质无任何差别。霍克海默和阿多诺哀叹于这种同一性逻辑，认为它需要受到批判。在批判理论看来，随着一战后无产阶级融入新兴的“有组织的资本主义”，批判的阵地就只剩下了独立于同一性逻辑、个体主义（atomism）和正常化经济的文化领域。随着文化产业的崛起，个体主义也侵入了文化领域，并创造了马尔库塞（1991）后来所谓的“单向度的人”。

霍克海默和阿多诺的文化产业理论为此后产生的文化研究奠定了基础。它在人文与社会科学领域激起了更为广泛的回响。在本书中，我们指出，自霍克海默和阿多诺提出他们的理论之后，实际情

① 见有关文化工业的近作，如 Angela McRobbie（1998，1999）、Du Gay（1997）、Hesmondhalgh（2002）和 Bennett（1995）。

② 这显然是盖奥格·齐美尔的核心论点。

形又发生了变化。本书讨论的不是文化工业，而是全球文化工业。本书考察了七个文化对象（cultural object）在多个国家经历多种变化的过程，它们包括：电影《玩具总动员》（*Toy Story*）、动画短片《超级无敌掌门狗》（*Wallace and Gromit*）^①、运动品牌耐克、钟表品牌斯沃琪、电影《猜火车》、1996年欧洲杯和英国青年艺术家群体（Young British Artists，简称YBA）。我们不同意霍克海默和阿多诺的论点。这样的反驳并不新奇，事实上，英国伯明翰学派的经典文化研究就起源于对批判理论的反驳（Hall, 1980; Hall and Jefferson, 1993），伯明翰学派主张文化（和媒体）既是统治存在的阵地，也是反抗存在的阵地。我们的观点又不同于伯明翰学派，我们并不认为霍克海默和阿多诺是错误的，而是主张情形发生了变化。实际上，我们赞同统治与反抗并存的观点，但我们同时还要提出，继批判理论产生和20世纪70年代中期伯明翰学派兴起之后，实际情形又发生了变化。

我们认为，随着文化工业过渡为全球文化工业，其内部又产生出一种不同的逻辑；全球化已经赋予文化工业一种全新的运作形式。^② 在我们看来，1945~1975年，文化仍基本属于上层建筑。这时，统治和反抗以意识形态、符号、表征（representation）的形式出现；在日常生活中，文化产品仍较为少见，更多的是属于经济基础的物质产品（商品）。这种情形从1945年一直持续到1975年。然而，截至2005年，文化产品已经以信息、通信方式、品牌产品、金融服务、媒体产品、交通、休闲服务等形式遍布各处。文化产品不再是稀有物，而是横行天下。文化无处不在，它仿佛从上层建筑中渗透出来，又渗入并掌控了经济基础，开始对经济和日常生活体验两者进行统治。^③ 就反抗与统治而言，文化的运作不再首先遵循

① 《超级无敌掌门狗》，又译《酷狗宝贝》，后文有时简称《掌门狗》。——译者注

② 总体来讲这是一种相对现象。实际上，好莱坞电影的境外票房超过境内票房只是过去十年间的事，而耐克开发出明确的全球战略也是在1995年以后。

③ 见Hardt and Negri (2000)。