

大众文化研究

朱效梅 著

—— 一个文化与经济互动发展的视角

清华大学出版社

大众文化研究

—— 一个文化与经济互动发展的视角

朱效梅 著

清华大学出版社
北 京

内 容 提 要

大众文化是一个充分体现了文化与经济互动发展关系的历史范畴。当代中国大众文化从边缘到中心的变化轨迹,基本上与社会主义市场经济在中国的发展道路平行。这一发展过程不是直线式的,而是几经云卷云舒,升值与落差并存。本书从文化、经济和政治的角度,对文化功能由泛政治化向经济化转移这一现象做出了全面的评价;对文化全球化等思潮也进行了一定的评析。当代中国大众文化发展的历程表明,两个文明协调发展的理想目标常常被文化与经济不平衡发展的现实所打破,因此提出了文化与经济互动发展的有限平衡论,为弥合理想与现实之间的鸿沟架起一座桥梁,从而增强文化建设符合两个文明协调发展的自觉性。

本书读者对象为大众文化研究者、影视、报刊从业者、新闻传播专业教师、学生。

图书在版编目(CIP)数据

大众文化研究——一个文化与经济互动发展的视角/朱效梅著. —北京:清华大学出版社,2003.10

ISBN 7-302-07067-9

I. 大… II. 朱… III. 文化—研究 IV. G

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 071131 号

出 版 者: 清华大学出版社

<http://www.tup.com.cn>

社 总 机: 010-62770175

地 址: 北京清华大学学研大厦

邮 编: 100084

客户服务: 010 62776969

组稿编辑: 周 菁

文稿编辑: 朱世滋

版式设计: 刘祎森

印 装 者: 北京人民文学印刷厂

发 行 者: 新华书店总店北京发行所

开 本: 148×210 印张: 9.25 插页: 2 字数: 250 千字

版 次: 2003 年 10 月第 1 版 2003 年 10 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 7-302-07067-9/G·345

印 数: 1~3000

定 价: 20.00 元

大众文化研究

——一个文化与经济互动发展的视角

序

由于各种原因,多年来我对序跋与书评一类文字,多难以承命。这次朱效梅同志囑我为她的新著写序,却是乐于接受的。现在献给读者的这本《大众文化研究——一个文化与经济互动发展的视角》,是作者在自己的博士论文基础上修订而成的,而她在北京大学攻读博士期间,我们之间有过三年的“师生缘”,她的毕业论文从选题到定稿的全过程,我都曾与她一起切磋,并不止一次地读过全文,算是有点发言权。这篇论文曾获得北京大学优秀博士论文奖,是一位博士严肃认真的科研力作。它的出版问世,我分享了作者的一份快乐,感到欣慰。

朱效梅同志多年来有志于文化问题的研究,这次她选择与我国改革开放相伴随而产生和发展的大众文化作为研究课题。应当说,这种大众文化的形式、载体和许多内容,是从西方引进的,但又带有我国新时期政治、经济和文化的特点,它在我国传播的过程中,颇多争议,也有诸多新情况、新问题值得深入研究。这里涉及一个如何在形式和内容上正确对待外国文化的问题,也关系到它在国内已有大量受众的情况下,如何把它引导到建设“民族的科学的大众的”先进文化的轨道上来,这确是我国文化建设和社会主义精神文明建设的一个重要问题。在这方面,作者做了可贵的努力和比较深入的研究。

应当承认,一国的文化,总是随着时代的发展而发展,而创新的。文化的发展和创新固然是十分复杂的问题,但从根本上说,是一个如

何对待古今中外的关系问题。“五四”以来新旧文化的争论,其实也就是围绕这个问题展开的。在这方面,长期以来存在着全盘保存国粹和全盘输入西化这样两种截然相反的主张,他们之间的激烈论争实际上反映了迥然不同的政治见解。对这个问题,近代许多有识之士都有过清醒而正确的认识,像著名教育家蔡元培就曾指出上述两种主张的弊端:主张保存国粹的,说西洋科学破产;主张输入欧化的,说中国旧文明没有价值。这是两极端的主张。他既反对那种拒绝外来文化、固步自封的国粹派,也不赞同消亡民族个性的全盘欧化论,而主张中西兼容,融汇创新。这显然是深刻而有启迪意义的。

这里特别要指出,毛泽东一向倡导学习外国文化,但同时又强调这种学习必须是有批判、有分析的,要重在吸收。他认为,文化上对外国的东西一概排斥,或者全盘吸收,都是错误的。由于近代中国的殖民地半殖民地的历史,历来受人欺负,造成了一些人的民族自卑心理。“有些人做奴隶做久了,感觉事事不如人,在外国人面前伸不直腰,像《法门寺》里的贾桂一样,人家让他坐,他说站惯了,不想坐。”我们不能不说,“全盘西化”论确是反映了类似贾桂这样的心理状态,是属于奴化思想的文化。毛泽东历来反对“全盘西化”的主张,强调指出:“不要全盘西化。应该学习外国的长处,来整理中国的,创造出有中国自己的、有独特的民族风格的东西”。同样,毛泽东也十分鄙视教条主义的学习,认为教条论是最无出息的、最可丑的。它曾使我们吃过大亏,是有害无益的。他主张学习外国必须有分析有批判地学,不能盲目地学,不能一切照抄,机械搬用。他们的短处、缺点,当然不要学。他提出学习外国要重在消化,吸收它的长处,应该越搞越中国化,而不是越搞越洋化。他指出:中国的面貌,无论是政治、经济、文化,都不应该是旧的,都应该改变,但中国的特点要保存。应该是在中国的基础上面,吸收外国的东西。应该交配起来,有机地结合。这些思想,无疑是深邃而富有教益的,对于我们认识和引导今日中国出现的大众文化也是很有现实的指导意义的。

四十多年前毛泽东在探索自己的建设道路时积极倡导向外国学

习,这时他特别强调要反对奴化思想,必须有民族自信心。他认为,只有这样,才能正确地学习外国的长处,创造出有独特民族风格的东西,这样才不会丧失民族自信心。他号召大家:要鼓点劲,要把民族自信心提高起来,把抗美援朝中提倡的“藐视美帝国主义”的精神发展起来。这些话今天读来仍掷地有声,令人掩卷长思!是的,奴化思想和殖民文化一样,是长期殖民地半殖民地社会遗留下的文化毒瘤,它虽然遭受到革命洪涛的一次大荡涤,但作为一种意识形态,不会随着旧制度的灭亡而灭亡,相反,它会在适宜的气候下沉渣泛起。在我们不断扩大国际交往和东弱西强的国际条件下,它就会成为一种并非鲜见的现象。朱效梅同志在她的书中,对当代文化殖民主义的扩张问题做了比较深入的分析,不但指出抵制文化殖民主义是一个全球性的问题,而且具体分析了殖民文化在我国沉渣泛起的历史根源和现实条件,提出要正视当代中国文化的新处境,要在我国文化建设面临着严峻的考验中,把握好大众文化对文化殖民主义和文化霸权主义的抵制。这无疑是很具有现实针对性,很有深度的一个见解。

作者对大众文化这一文化现象的出现,并没有采取简单的肯定或否定的态度,而把它看作是伴随着新时期的改革开放而产生和发展的一种新的文化形态。作者在肯定大众文化具有新颖、快捷、有效和受众面大等特点的同时,又指出这种有很强商业性、引自西方的文化形态难以避免的西方话语、低俗媚俗倾向,以及它有可能成为西方设定的、不易觉察的温柔陷阱。因而问题在于,要摆正大众文化在我国文化建设中的位置,要对大众文化的形式和内容加以正确的引导。正如作者所认为的,这里重要的是,要有一个正确的文化判断标准。多年来存在的大众文化和高雅文化发展的错位,大众文化中的不健康倾向难以遏制等问题,实际上都同文化判断标准失范相关联。我认为这个问题提得很好,是至今没有完全解决并值得严重注意的一个问题。不久前,我在某刊物读到一篇题为《对日关系新思维》的文章,该文作者把一位女演员因穿印有日本军旗图案的时装受到群众谴责,演员本人也做了较好的反省这件事,斥之为“非理性的冲动”,

这位以“理性者”自居的作者居然教训起中国人来,他说此类行为,名为“爱国”,实为祸国,是对国家和民族不负责任的群氓行径。读后令我惊愕不止。如此露骨而放肆地亵渎中国人的民族情感的言论,是用不着加一字释义的。我只是想,这种“理性者”的感情,大概也是属于奴才做久了感到很舒服一类的“另类感情”吧。如果这位作者还上过学,我作为一个有四十多年教龄的教师,会为有这种感情的学生感到羞辱。好在中国人的爱国心和民族感情没有泯灭,有自己判断是非的标准和能力。这个例子提醒我们,这种文字有人写、有刊物登,它从一个方面说明我们的文化判断标准失范到什么程度,这种所谓的“新思维”究竟要把人们引向哪里去?!

朱效梅同志的这部新著是严肃的学术著作,没有去赶时髦,也没有刻意追求所谓的“新思维”,而是以马克思主义基本原理和我国的实际为依据,具体分析大众文化这一新的文化形态,深入探究我们应有的对策。作者提出的若干观点,包括文化与经济互动发展有限平衡论的主张,是具有学术和现实价值的,也是值得进一步研究的问题。我希望这部著作能对读者有所裨益,也希望能得到读者的批评指正。

朱效梅同志在攻读博士学位期间表现出的聪慧、勤奋和自信,给我留下了很好的印象。毕业后她到清华大学任教,虽然见面机会少了,但两校一墙之隔,我仍十分关注她的学术进展。这部著作的出版,我相信会成为她学术人生的一个新起点。我愿借此机会,衷心祝愿她在今后的教学和科研工作中不断取得新的成就。

写如上随感式的一些话,姑且为序。

梁 柱

2003年阳春三月于燕园

前言

当代中国的大众文化借助于受到经济利益驱动而不断进步发展的
大众传播媒介的力量,在新时期的改革开放后,逐渐进入当代中国
文化坐标的中心位置,成为有中国特色社会主义文化的重要组成部分
和人们日常生活不可或缺的一个重要方面。因此,考察大众文化的过去、
现在,展望其未来,对社会主义文化建设具有重要意义。由于当代中
国大众文化不仅在载体上与经济发展的关系极其密切,而且其自身也
是经济文化一体化的产物,与社会主义市场经济、文化产业(工业)的
发展基本同步,所以,从文化与经济互动发展的角度研究当代中国大
众文化是一个有价值的切入点。无论是在苏东剧变,还是在文化殖民
主义的扩张和文化全球化的过程中,通过文化贸易、交流传播的大众
文化都可能成为被西方预先设定了的、不易觉察的温柔陷阱。所以,
在经济全球化、文化全球化和经济文化一体化等潮流中,加强对当代
中国大众文化的研究显得尤为重要。

本书对当代中国的大众文化进行了理论定位,即它是符合当代
中国国情和文化建设方向的大众的文化。这一理论定位将大众文化
从西方话语变为当代中国话语,反映了当代中国大众文化不同于西
方的基本语境,从而体现了大众文化的中国特色。这种理论定位源
于我对两个文明协调发展目标认识的具体化。无论是物质文明还是
精神文明,无论是经济建设还是文化建设,在当代中国的目标指向都
是一致的,即指向富强、民主、文明三位一体的社会主义社会。这就

MAFS7/9

要求作为有中国特色社会主义文化重要组成部分的大众文化与作为有中国特色的社会主义市场经济体制,在这一共同目标指向下达到协调统一。在理论上承认马克思关于文化与经济发展的不平衡规律,在实践中正视众多不平衡现象的前提下,提出文化与经济互动发展的有限平衡论,是为了纠正理论上对马克思关于文化与经济发展不平衡规律的偏见,防止这一偏见在文化建设实践中导致的误区。

大众文化研究

——一个文化与经济互动发展的视角

目录

序	I
前言	V
第一章 大众文化：一个与经济互动发展的	
历史范畴	1
第一节 大众文化的含义及其与有中国特色 社会主义文化的关系	1
第二节 选取文化与经济互动发展视角的 客观条件	8
第三节 选取文化与经济互动发展视角的 缘由及其意义	19
第二章 升值与落差：当代中国大众文化	
发展的变奏曲	27
第一节 由边缘到中心：当代中国文化 坐标中的大众文化	28
第二节 社会主义市场经济体制确立过程中 大众文化发展的变奏曲	42

第三节	文化判断标准的失范及重新确立	62
第四节	文化殖民主义的扩张及抵制	74
第三章 功过是非：当代中国大众文化的功能及其评价 91		
第一节	大众文化的消费功能	92
第二节	大众文化的娱乐功能	101
第三节	大众文化的经济功能：兼谈文化功能重心由泛政治化向经济化的转移	112
第四节	对当代中国大众文化及其功能的评价	121
第四章 百家争鸣：对几种相关文化思潮的个案分析 148		
第一节	文化全球化批判	148
第二节	经济文化一体化潮流评说	171
第三节	文化市场化评析	184
第四节	当代文化保守主义思潮论略	193
第五章 乌托邦与现实之间的桥梁：文化与经济互动发展的有限平衡论 206		
第一节	文化和经济领域中四对相关范畴关系的考察	207
第二节	结论：文化与经济互动发展的有限平衡论	234
第三节	实现文化与经济互动发展有限平衡的意义及其局限性	247
第四节	实现文化与经济互动发展有限平衡的途径	254

结束语	275
主要参考书目	277
后记	283
补后记	285

第一章

大众文化：一个与经济互动发展的历史范畴

新时期以来，中国探索着自己的发展道路，在现代化建设中渐渐摆脱了被封锁、包围而与世界几近隔绝的状态，在改革开放的基础上融入了全球化的发展洪流。与此同时，文化领域也发生了相应的变化，国际间的文化交流往来空前地密切频繁。在交往中，一种产生于工业社会的新型文化形式——大众文化进入中国人的视野和文化生活。由于大众文化与中国的经济和文化政策多有契合之处，给“八个样板戏”独占舞台造成的枯燥乏味的精神生活带来了新时代的春风，给经过十年磨难而需要慰藉的中国人带来了温柔的心灵抚慰，所以虽几经波折，但其二十多年的历程在当代中国文化坐标上，呈现出一条由边缘到中心的发展轨迹。

第一节 大众文化的含义及其与有中国特色社会主义文化的关系

当代中国的大众文化是伴随着新时期的改革开放而产生和发展的一种新的文化形态，因此它还是一个正在成长、发展中的事物，加之人们对文化尚无统一的定义，因而要给大众文化一个准确的定义是很困难的，或许也是不明智的。所以，下面从大众文化与几个有关

概念相比较的角度,对大众文化进行界定,也许既能避免用简单、机械的语言描述丰富、生动的文化现实的弊端,更可对大众文化获得全面的认识。

一、当代中国大众文化与西方的大众文化的关系

先看“大众文化”的汉译问题。“大众文化”的英文 mass culture 最早出现在 20 世纪 40 年代,法兰克福学派创始人霍克海默给洛文塔尔的信中。在英语中, mass 有几层含义,指物时有“大量、大堆”之意,指人时是“大众、群众”的意思。大众文化的载体大众传播媒介的英文 mass communications 和 mass media 中 mass 的含义是传播的对象,其含义是向大众传达消息或影响大众的意见。英国著名文化批评家雷蒙德·威廉斯在《文化与社会》一书中,对 mass 作了界定。他认为 mass 这个词是与工业城镇的城市化“齐头并进”的,是“机器生产必然会造成的趋势”和“大规模的集体生产的发展必然会产生”的劳动关系”。这个词的第一个含义是由城市化派生出来的“大众集会”;第二个含义是由工厂派生出来的“大量生产”、“成批生产”(mass production),尤其指以标准化方法制造大量同样的产品;第三个含义由工人阶级派生出来的,指“大众行动”。^① 因此,从大众文化作为社会化大生产一种产品的角度来说,可以将之翻译成“大量生产的文化”;如果从其传播的对象、受众角度考虑,就应该翻译为“大众文化”。本文将之译为“大众文化”,是因为这一提法更符合汉语的习惯,且与对大众传播媒介(mass communications media)的翻译一致,另外,这与我们进行文化建设要面向大众的出发点是一致的。

当代中国的大众文化虽与西方大众文化在形式、载体,甚至有些内容方面有相同或相似之处,但就内容而言是有本质区别的,当代中国的大众文化具有当代中国的时代特征和民族特征。这是文化在传

^① [英]雷蒙德·威廉斯:《文化与社会》,吴松江等译,376~377 页,北京,北京大学出版社,1991。

播、交流过程中经常出现的现象。例如中国的儒家学说传入日本,对日本产生了巨大影响,尽管许多提法仍是一样的,但如今我们不能说日本的儒学就是中国传统的儒学。比如中日儒学表面上看都重视“忠”、“孝”,但究其实质,人们普遍认为日本文化中的“忠”、“孝”所包含的意义与中国很不相同。造成这一结果的原因很多,其中不同的社会背景和文化语境是不可忽视的原因。另外,文化在传播过程中经过了多种主客观因素“折射”,必然深深打上民族的烙印,而与其本义有所区别,甚至有本质性的差异。当代中国大众文化的发展趋势是:一方面在形式上与国际接轨的程度越来越高;另一方面,中国社会根本不同于西方的社会以性质,以及处于工业化、现代化过程中而非“后工业”、“后现代”阶段的基本语境,必然赋予当代中国的大众文化以中国的民族特色。

同时,由于当代中国的大众文化在中国的发展还处于起步阶段,故这种特色目前还不是很明显,有些因大量吸收西方因素而被掩盖起来,有些则是在西方话语霸权下遭到压抑或扭曲。在日益密切的世界交往中,国外大众文化产品对我国的影响在相当长时间内还是非常大的,借鉴、学习国外、港台的幼稚阶段尚未完全结束,在这种情况下,中国的大众文化缺乏自己鲜明的民族特色和立场是可以理解的,这是新事物发展初期必然会经历的过程。这并不是为当代中国大众文化发展中出现的偏差进行辩护,出现一些消极方面并不能代表大众文化的未来发展方向。从人们称1994年为流行歌曲的“大陆年”来看,走出非本土化的阴影,繁荣真正有中国特色的大众文化不是不可能的,只要人们对待文化的态度是正确的,形成自己的特色只是时间早晚的问题。认识到上述两点,就应当承认当代中国的大众文化是具有当代中国特色的民族的文化,是有中国特色社会主义文化的重要组成部分。但是,由于像社会主义市场经济一样,当代中国的大众文化从西方借来了外在的形式,所以难免受到西方的负面影响,要保证大众文化不偏离先进文化发展的方向,就不能放任其发展,而需要有意识、有目的地对大众文化予以积极的引导。

二、大众文化与民间文化通俗文化的关系

当代中国的大众文化不等于通常所说的民间文化(folk culture)或通俗文化(popular culture),虽然它们都具有一定的民间性质和通俗性,但大众文化是现代社会的产物,与文化的商品化、产业化、市场化紧密联系。民间文化或通俗文化是早就已经存在的文化形式,作为人类文明的象征,它们的产生是自发的,主要以口头语言和书面语言为载体,并由于社会化程度低,以及交通、通讯等条件的制约,文化交流范围相对狭小,这种文化往往受到地域的或民族的文化的限制,因而难以形成全国性的文化。而当代大众文化则是借助在表面上抹平了一切地域和民族差异的大众传播媒介的力量,主要以直观的电子画面和声音为载体,按照市场机制有意识地运作的文化形态,只要大众传播媒介势力所及,就会有大众文化的一席之地。这种对全国任何一个受众而言从形式到内容完全一致的大众文化已经像空气一样浸透在人们的日常生活中,因此它比民间文化有着更广泛的群众性,甚至也可以说是全国性。从传播的时态上看,大众文化还具有欣赏的共时性特点,例如电视剧《渴望》播放期间,在全国产生的万人空巷的效果,就是民间文化所无法望其项背的。

另外,它们产生的社会经济基础是截然不同的,民间文化、通俗文化产生于自然的、半自然的经济,而大众文化产生于以大工业生产为基础的商品经济。所以,虽然民间文化也存在着文化的生产和消费,但通常其生产和消费都是一次性的,没有形成规模,而大众文化的特点之一,就是其生产和消费以大工业和现代科技为基础而具有生产的批量性和可重复消费性。不过,因三者文化的大众性、通俗性和民间性方面具有内在的一致性,所以如果是在现代的意义上使用,指的是现代社会通过大众传媒而广泛流行的“通俗文化”和“民间文化”,这时,也可以将三者互换使用。

这里还需对作为大众文化对应物的精英文化加以说明。与大众文化相对应的精英文化(elite culture),又被称作“知识分子文化”、

“少数人文化”或“小圈子文化”等。在西方,精英文化基本上是学院派的文化,重视精神的超越性,它既注重审视现实,又关照彼岸世界,给人以终极关怀。中国从古代的“士”到近现代的知识分子都与西方有很大区别,尤其体现在缺乏形而上的“为学术而学术”的精神,而是把学术研究作为经世致用的工具,所以中国的精英文化具有对现实很强的依附性,常常审时度势地选择依附于学术的、政治的或经济的权威。目前,二者共同具有的经济功利化倾向是文化世俗化的结果,反映了文化与生活方式之间日益密切的关系。文化学家雷蒙德·威廉斯指出,文化的涵义已经转变为对特定意义与价值的特定生活方式的表达,它不仅存在于艺术之中,而且存在于日常行为中。它作为一种世俗化的文化,更与人们的日常生活密不可分。大众文化不但反映人们的文化生活状况,而且参与到日常文化生活中,渗透到人们日常生活的每个细节之中,以至于成为人们生活方式本身。正是在这个意义上有人说精英文化以印刷文化为代表,走向哲学,而大众文化则以影视文化为代表,走向生活。

有时因一些约定俗成的因素影响,大众文化与通俗文化之间也可以互相替代。“通俗文化受众多而繁杂这一显著特点,就决定了通俗文化(特别是其中的大众传播内容)暂且只能制作、播放那些与日常生活密切相关,智力和文化素质要求不高,艺术、审美属于中下水准的节目。”^①所以,“通俗艺术是无准备文化,它不需要特殊的前期积累,没有理解和分析的负担,因此,欣赏处于被动的接受状态,思维是松弛的,没有交流的障碍,所以不是严格意义上的文化行为,而是生活行为,或者说是生活化了的文化行为。雅文化是有准备文化,欣赏它需要以相应的素养为基础,否则就无法进入高质量的接受状态中去,所以雅艺术的欣赏是在接触作品之前就展开了。”^②这里习惯上称之为通俗文化、通俗艺术的主要就是指大众文化。

① 刁培萼主编:《教育文化学》,285页,南京,江苏教育出版社,1992。

② 徐宏力:《美学与电子文化》,160页,沈阳,春风文艺出版社,1994。