



新世纪高等学校教材

文艺学系列教材

丛书主编 童庆炳

大众文化理论新编

赵 勇 主 编
杨 玲 副主编

DAZHONG WENHUA LILUN XINBIAN



北京师范大学出版集团
BEIJING NORMAL UNIVERSITY PUBLISHING GROUP
北京师范大学出版社

新世纪高等学校教材

文艺学系列教材

丛书主编 童庆炳

大众文化理论新编

DAZHONG WENHUA LILUN XINBIAN

赵 勇 主 编

杨 玲 副主编



北京师范大学出版集团
BEIJING NORMAL UNIVERSITY PUBLISHING GROUP
北京师范大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

大众文化理论新编/赵勇主编. —北京: 北京师范大学出版社, 2011.9

(新世纪高等学校教材, 文艺学系列教材)

ISBN 978-7-303-13146-4

I. ①大… II. ①赵… III. ①群众文化—文化理论—高等学校—教材 IV. ①G240

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 143888 号

营销中心电话 010-58802181 58808006
北师大出版社高等教育分社网 <http://gaojiao.bnup.com.cn>
电子信箱 beishida168@126.com

出版发行: 北京师范大学出版社 www.bnup.com.cn

北京新街口外大街 19 号

邮政编码: 100875

印刷: 北京中印联印务有限公司

经销: 全国新华书店

开本: 170 mm × 230 mm

印张: 25.5

字数: 460 千字

版次: 2011 年 9 月第 1 版

印次: 2011 年 9 月第 1 次印刷

定价: 38.00 元

策划编辑: 赵月华 责任编辑: 赵月华

美术编辑: 毛佳 装帧设计: 毛佳

责任校对: 李茵 责任印制: 李啸

版权所有 侵权必究

反盗版、侵权举报电话: 010-58800697

北京读者服务部电话: 010-58808104

外埠邮购电话: 010-58808083

本书如有印装质量问题, 请与印制管理部联系调换。

印制管理部电话: 010-58800825

目 录

导 论	1
一、大众文化的概念之旅	1
二、大众文化的演变轨迹	6
三、大众文化理论的几种学说	10
四、大众文化研究的基本走向	13
五、本教材的基本理念与框架结构	18
第一章 批判理论与大众文化	22
第一节 经典文本阅读	22
文化工业述要	[德] T. W. 阿多诺 22
第二节 相关问题概说	36
一、法兰克福学派与批判理论	36
二、法兰克福学派的美学思想	42
三、大众文化批判理论的致思方式与研究模式	46
第三节 个案分析	53
大众偶像的胜利	53
第二章 符号学与大众文化	58
第一节 经典文本阅读	58
今日神话	[法] 罗兰·巴特 58
第二节 相关问题概说	75
一、符号学的基本术语及原理	75
二、结构主义符号学与大众文化分析	79
三、后结构主义符号学与大众文化分析	83

第三节 个案分析	89
家乐福的空间语法与娱乐经济	89
第三章 文化研究与大众文化	94
第一节 经典文本阅读	94
解构“大众”笔记	[英] 斯图亚特·霍尔 94
第二节 相关问题概说	111
一、伯明翰学派与文化研究	111
二、伯明翰学派大众文化研究的基本视角	115
三、伯明翰学派大众文化研究的操作方法	120
第三节 个案分析	125
“第二届金鹰电视节”现场直播的编码与解码	125
第四章 大众文化的起源	130
第一节 经典文本阅读	130
报刊和大众文化：历史的透视	[英] 雷蒙·威廉斯 130
第二节 相关问题概说	151
一、民间文化、通俗文化与精英文化	151
二、文化形式与文化生产的历史变迁	153
三、通俗文化的扩张与大众文化的兴起	156
第三节 个案分析	161
摩登女的神话	161
第五章 大众文化与大众媒介	168
第一节 经典文本阅读	168
技术复制时代的艺术作品	[德] 瓦尔特·本雅明 168
第二节 相关问题概说	188
一、大众媒介演变小史	188
二、大众文化在不同媒介形式中的演化	192
第三节 个案分析	200
电影中的性与暴力	200
第六章 大众文化与媚俗艺术	205
第一节 经典文本阅读	205
先锋派与媚俗	[美] 克莱门特·格林伯格 205
第二节 相关问题概说	225

一、媚俗艺术的起源	226
二、媚俗艺术的美学特征	228
三、媚俗在大众文化中的演变	231
四、媚俗与先锋艺术	236
第三节 个案分析	239
媚俗的几种面孔	239
第七章 大众文化与中产趣味	245
第一节 经典文本阅读	245
中产趣味、大众消费与享乐主义	[美] 丹尼尔·贝尔 245
第二节 相关问题概说	264
一、中产阶级的前世今生	265
二、中产趣味的形成	269
三、中产趣味与大众文化	271
四、消费社会与中产趣味	274
第三节 个案分析	277
中产阶级面面观	277
第八章 大众文化与青年亚文化	283
第一节 经典文本阅读	283
亚文化与收编	[美] 迪克·赫伯迪格 283
第二节 相关问题概说	298
一、亚文化的起源	299
二、亚文化的特征	301
三、亚文化与大众文化	306
第三节 个案分析	308
恶搞的仪式抵抗	308
第九章 大众文化与粉丝文化	314
第一节 经典文本阅读	314
粉都的文化经济	[美] 约翰·费斯克 314
一、辨别力与区隔	318
二、生产力和参与性	320
三、资本积累	324
四、粉丝与商业（大众）文化	326

第二节 相关问题概说	336
一、粉都愉悦的源泉	336
二、粉丝社群与粉丝类型	340
三、粉丝、文化工业与新媒介	345
第三节 个案分析	347
“玉米”社群的崛起	347
第十章 知识分子与大众文化	353
第一节 经典文本阅读	353
我们有读者，但无读者群	[法] 让-保罗·萨特 353
第二节 相关问题概说	368
一、知识分子与大众	368
二、知识分子面对大众文化的基本姿态	373
第三节 个案分析	387
《心灵史》与知识分子形象的重塑	387
后 记	393

导 论

本教材谈论的是大众文化理论而并非大众文化，但正如谈论文学理论离不开文学一样，谈论大众文化理论也离不开大众文化。因此，我们的大众文化理论之旅需要从大众文化说起。

一、大众文化的概念之旅

大众文化的英文表达有两种说法：Popular Culture 和 Mass Culture，与其相近的表述还有 Kitsch（媚俗艺术）和 Culture Industry（文化工业）等。考察这些概念所出现和使用的历史语境，可以发现它们大体上经过了如下线路：Popular Culture→Kitsch→Mass Culture→Culture Industry→Popular Culture。以下为行文方便，Popular Culture 我们暂时译作通俗文化。

1. 通俗文化（Popular Culture）

尽管洛文塔尔（Leo Löwenthal）认为“通俗文化已经有了许多个世纪的历史，它大概与人类的文明一样古老”^①，但是，把通俗文化当做一个特殊的现象加以对待一般只是追溯到 16 世纪的欧洲。比如，洛文塔尔思考通俗文化现象时便分析过“蒙田—帕斯卡尔之争”。伯克（Peter Burke）认为，在 18 世纪晚期，欧洲（特别是德国）的一些知识分子有过一次发现人民和通俗文化的运动。出于对古典主义的厌恶（美学原因），也为了配合民族解放运动的进程（政治原因），知识分子发现了民众和他们的文化。而这一时期的德国作家赫尔德（Johann Gottfried Herder, 1744—1803）也明确使用过“通俗文化”（Kultur des Volkes/Popular Culture）的概念，以和“书斋文化”（Kultur des Gelehrten/Learned Culture）相区分。^②

事实上，Kultur des Volkes 更应该译作 Folk Culture（民间文化）而不是 Popular Culture。伯克把民间文化纳入到通俗文化的思考框架中加以阐释，说明他接受了通俗文化的一种意涵：“‘Popular Culture’指由普通百姓自己创造

^① Leo Löwenthal, *Literature, Popular Culture, and Society*, Englewood Cliffs, N. J.: Prentice-Hall, Inc. 1961, p. xvii.

^② Peter Burke, “The ‘Discovery’ of Popular Culture”, in Raphael Samuel ed., *People's History and Socialist Theory*, London: Routledge & Kegan Paul, 1981, pp. 216—117. 参见 [英] 彼得·伯克：《欧洲近代早期的大众文化》，杨豫等译，10~11 页，上海，上海人民出版社，2005。

出来的文化。”而这种意涵的出现恰恰与赫尔德的民间文化概念有关。^① 只是如此一来，通俗文化便与民间文化相互纠缠，变得难解难分了。这也意味着伯克在考察欧洲近代通俗文化的起源时，更多看到的是通俗文化的民间气质。这是对通俗文化的一种理解。

对于通俗文化更通常的理解是，通俗文化并非来自于民众的文化，也不是被民众创造出来的文化。威廉斯（Raymond Williams）指出：“Popular Culture（大众文化、通俗文化）并不是来自普通百姓的认同，而是其他人的认定。”^② 而洛文塔尔在考察了18世纪的英国文学之后发现，当时的通俗文化已经成了一种商品。由于阅读大众的出现和印刷出版业的兴盛，通俗小说成为文学的主要形式；通俗文学作家受雇于书商和出版商，成为雇佣劳动者；文学市场主要被书商和出版商运作，他们在很大程度上决定着写作的题材，也引导着消费大众的阅读趣味。因此，以通俗文学形式出现的通俗文化实际上是“具有市场导向的商品”。^③ 如此看来，即便是在通俗文化的源头，它也无法与民间文化等量齐观。

伯克把通俗文化看做民间文化，洛文塔尔则把通俗文化看做一种商品文化，我们又该如何理解最初的通俗文化呢？从一些学者的描述中可以看出，欧洲近代的通俗文化已经拥有了现代大众文化的诸多特征，但是，由于它还没有完全从民间文化中分离出来，由于工业革命之前和之初的传播媒介还不太发达，由于与工业社会相关的城市生活方式还未普及，乡村生活方式还占据着主导地位，凡此种种，都对通俗文化构成了某种制衡。因此，这时的通俗文化还不至于过分嚣张，甚至还有着一些没有完全被商业主义渗透的自然和素朴。

2. 媚俗艺术 (Kitsch)

19世纪后半叶，一种新型的艺术形式开始出现。为了对这种艺术进行形象地描述和说明，德国人特意发明了一个词：kitsch。根据格林伯格（Clement Greenberg）的鉴定，媚俗艺术是与先锋艺术一起到来的，其指涉的对象主要是流行的、商业的艺术和文学，包括彩照、杂志封面、插图、广告、落套的和庸俗的小说、连环画、流行歌曲、踢踏舞、好莱坞电影等。“媚俗艺术是机械的或通过配方制作的。媚俗艺术是一种替代性的经验和伪造的感觉。

① [英] 雷蒙·威廉斯：《关键词》，刘建基译，356页，北京，生活·读书·新知三联书店，2005。

② 同上。

③ Leo Löwenthal, *Literature, Popular Culture, and Society*, p. xii.

媚俗艺术随时尚而变，但万变不离其宗。媚俗艺术是我们这个时代生活中所有伪造物的缩影。除了消费者的钱，媚俗艺术假装对它的消费者一无所求——甚至不图求他们的时间。”^①而卡林内斯库（Matei Călinescu）则从美学的角度对媚俗艺术做过如下解释：“可以很方便地把媚俗艺术定义为说谎的特定美学形式。……它出现于这样一个历史阶段，其时各种形式的美就像服从供应与需求这一基本市场规律的任何其他商品一样，可以被社会性地传播。一旦它不再能精英主义地宣称自己具有独一无二性，一旦它的传播取决于金钱标准（或者在集权社会中是政治标准），‘美’就显得相当容易制造。”^②

从以上的分析可以看出，媚俗艺术的概念被发明之时，便带上了强烈的贬义色彩。而它的内涵与其指涉的对象又与现代大众文化存在着种种重叠之处。因此，我们可以把媚俗艺术看做是大众文化概念出现之前的一个替代性的表达。当然，媚俗艺术的概念在其流变中也逐渐扩容。艾柯（Umberto Eco）指出：“媚俗也一直用来形容斯大林、希特勒、墨索里尼政权下那些歌功颂德，要全民欢迎的艺术。”^③可见，媚俗艺术不仅可以指称商业主义体制下的大众文化，也可以指涉极权主义体制下的艺术形式。

3. 大众文化（Mass Culture）

大众文化的概念究竟出现于何时，本来已无从查考，但美国批评家麦克唐纳（Dwight Macdonald）的一个说法为我们提供了一些线索。在一次访谈中，麦克唐纳告诉访谈者：大众文化（mass-cult/mass culture）、中眉文化（mid-cult/middlebrow culture）是他本人率先使用的概念，甚至他也享有通俗文化（popular culture）概念的发明权。这些概念早在20世纪40年代就开始使用了，而在这一时期，加拿大的麦克卢汉（Marshall McLuhan）也在使用通俗文化的术语。^④考虑到麦克唐纳在1944年写有《通俗文化理论》（后改名为《大众文化理论》）一文，他的说法也许是可靠的。或者起码是在北美，麦克唐

① Clement Greenberg, “Avant-Garde and Kitsch”, in Bernard Rosenberg and David Manning White eds., *Mass Culture: The Popular Arts in America*, New York: Free Press, 1957, p. 102.

② [美] 马泰·卡林内斯库：《现代性的五副面孔》，顾爱彬、李瑞华译，246，北京，商务印书馆，2002。

③ [意] 翁贝托·艾柯编著：《丑的历史》，彭淮栋译，394页，北京，中央编译出版社，2010。

④ Dwight Macdonald, *Interviews with Dwight Macdonald*, Michael Wreszin, ed., Jackson, MS: University Press of Mississippi, 2003, p. 98.

纳是最早使用通俗文化与大众文化概念的理论家。

由于大众 (masses) 一词含“多头群众” (many headed) 或“乌合之众” (mob) 之意, 有较强烈的贬义色彩, 所以, 由它组合而成的大众文化也形成了负面的价值判断。而麦克唐纳在其论述中, 更是通过与民间艺术的比较, 指出了大众文化所存在的种种问题。在他看来, 民间艺术出现于下层, 是民众为了满足自己需要的艺术表达。这是一种自发的、土生土长的艺术形式, 与高雅文化的恩泽无关。而大众文化则是从上面硬塞过来的东西。它被商人雇用的技术人员制作, 其受众是被动的消费者, 他们的参与只是局限于买与不买的选择上。因此, 民间艺术有自己的体制, 它就像民众为自己开设的一个私人小花园, 四周有围墙, 与其主人那个盛放高雅文化的大花园隔离开来。但是大众文化却推翻了围墙, 把大众整合到高雅文化的低级形式中, 这样, 大众文化就变成了政治统治的一种工具。^①正是基于这一原因, 麦克唐纳才做出了如下清理: “大众文化有时候被叫做‘通俗文化’ (Popular Culture), 但我认为‘大众文化’ (Mass Culture) 是一个更准确的概念, 因为像口香糖一样, 它的特殊标志只不过是大众消费而生产的一种商品。”^②

4. 文化工业 (Culture Industry)

虽然麦克唐纳认为大众文化的表述更为准确, 但阿多诺 (Theodor W. Adorno) 却不这么看待。在《文化工业述要》一文的开篇, 阿多诺便如此进入问题: “文化工业 (culture industry) 这个词大概是在《启蒙辩证法》这本书中第一次使用的。此书由我与霍克海默合作, 1947年出版于阿姆斯特丹。在草稿中, 我们使用的是‘大众文化’ (mass culture), 后来我们用‘文化工业’取代了这个用语, 旨在从一开始就把那种让文化工业的倡导者们乐于接受的解释排除在外: 也即, 它相当于某种从大众当中自发产生的文化, 乃是民众艺术 (Volkskunst) 的当代形式。但是‘文化工业’与民众艺术截然不同, 必须严格加以区分。”^③以上的交待表明, 阿多诺之所以弃用大众文化而发明和启用文化工业, 表面上是担心大众文化的表述不够严谨, 以免引起误解, 实际上也隐含着他对美国知识界的批评。因为在对待大众文化的问题上, 像格林伯

^① Dwight Macdonald, “A Theory of Mass Culture”, in Bernard Rosenberg and David Manning White eds., *Mass Culture: The Popular Arts in America*, New York: Free Press, 1957, p. 60.

^② Ibid, p. 59.

^③ Theodor W. Adorno, *The Culture Industry: Selected Essays on Mass Culture*, London: Routledge, 1991, p. 85.

格、麦克唐纳这种持批判立场的人毕竟少之又少，而大部分知识分子对大众文化都深感兴趣。他们认为，大众文化在树立集体主义的目标与理想时，在重塑美国的制度和信仰时，都能直接发挥作用。^①然而这种观点在阿多诺看来不啻是天方夜谭，于是他与他同道便对文化工业展开了无情的批判。

尽管阿多诺的文化工业理论后来遭到了许多大众文化理论家的清算，但是我们不得不承认文化工业之命名的精准。因为这一概念本身已隐含着文化被工业化之后可以批量生产的意涵。而批量生产，也正是大众文化突出的特征之一。

5. 通俗文化 (Popular Culture)

20世纪60年代，随着伯明翰学派 (the Birmingham School) 逐渐介入到大众文化研究之中，西方学界对大众文化的性质、作用和功能等开始有了新的认识。威廉斯认为，文化是一种生活方式，这是对文化的“降调”处理。霍加特 (Richard Hoggart) 则去挖掘和释放工人阶级文化的价值和意义。在他看来，工人阶级文化“不但能够抵制商业性大众文化的媚俗风习，而且能够改变大众文化，使之为我所用”。^②是在这一背景下，“通俗文化”开始取代“大众文化”，成为一种通常性的表述。显然，当众多学者用通俗文化来指称其笔下的文化现象时，他们淡化了大众文化的贬义色彩，把它还原成了一个中性词。与此同时，有人也开始重新定义通俗文化，极力开掘通俗文化的正面价值。比如，在费斯克 (John Fiske) 等人编撰的一部辞典中，通俗文化已成了“为普通民众所拥有；为普通民众所享用；为普通民众所钟爱的文化”。^③

经过一圈概念之旅后，大众文化似乎又回到了它的起点。而通过以上的简要梳理，我们又会有什么发现呢？

第一，表面上是大众文化的概念之旅，实际上却隐含着西方学界在不同的历史时期对大众文化的认识、定位和价值判断。当大众文化以通俗文化之名进行表述时，它便被涂抹上种种来自民众的、革命的、可爱的、甚至带有反叛色彩的油彩，大众文化因此受到了隆重的肯定。当大众文化以媚俗艺术、文化工业之名表述时，它又成了毒害民众的鸦片，大众文化因此受到了严厉的否定和毫不留情的批判。因此，“Popular Culture→Kitsch→Mass Culture→Culture

① Richard H. Pells:《激进的理想与美国之梦——大萧条岁月中的文化和社会思想》，卢允中等译，315页，上海，上海外语教育出版社，1992。

② 陆扬、王毅：《文化研究导论》，141页，上海，复旦大学出版社，2006。

③ [美]约翰·费斯克等编撰：《关键概念：传播与文化研究辞典（第二版）》，李彬译注，212页，北京，新华出版社，2004。

Industry→Popular Culture”之旅的过程，其实就是对大众文化“肯定与否定并存→否定→否定→否定→客观面对与肯定”的过程。虽然启用新表达并非完全是抛弃旧概念的过程，但总体而言，通俗文化如今已成主流表达，这也意味着客观面对或肯定大众文化的声音已经压倒了否定和批判大众文化的声音。

第二，尽管否定与批判大众文化的原因比较复杂，但否定者与批判者都不同程度地拥有“精英主义”和“文化贵族主义”的审美趣味。同理，虽然肯定大众文化的原因多多，但肯定者又往往拥有“平民主义”甚至“民粹主义”的价值立场。因此，在否定与肯定大众文化的背后，其实是价值立场、审美趣味等在起作用。理解了这一点，我们便可以说，大众文化的存在固然是一个客观事实，但同时也是被研究者的价值立场、审美趣味等不断建构的过程。

第三，需要说明的是，在汉语语境中，Popular Culture 有“通俗文化”“大众文化”“流行文化”之译法，Mass Culture 又有“大众文化”“群众文化”“麻思文化”（港台译法）之译法，Kitsch 的译法则更多，有“媚俗”“忌屎”“媚美”“奇俗”“媚世”“庸俗”“刻奇”等，而 Culture Industry 也有“文化工业”与“文化产业”两种译法。为统一起见，本教材把 Popular Culture 与 Mass Culture 均译为“大众文化”（个别地方为了区分方便，会把 Popular Culture 译为“通俗文化”），Kitsch 则主要采用“媚俗”和“媚俗艺术”的译法，而 Culture Industry 则主要以“文化工业”对译之。

二、大众文化的演变轨迹

大众文化发展到今天已有数百年历史了。虽然它的核心理念变化甚微或者基本未变，但是在其生产机制、消费规模、功能作用、传播力度、影响广度等方面已经发生了许多变化。尤其是 20 世纪中后期以来，大众文化的变化幅度更大。下面，我们择其要者，粗线条勾勒一下大众文化的演变轨迹。

1. 从新兴文化到主导文化

威廉斯认为，在任何一个社会结构中，总是存在着三种文化类型：主导文化（dominant culture）、残余文化（residual culture）和新兴文化（emergent culture）。主导文化是指代表着一个社会主流价值观的文化，残余文化是形成于过去但现在依然有效的文化，新兴文化则与某一阶级的兴起及其力量壮大有关。^① 在威廉斯的描述中，主导文化似乎总是处于主导地位，且不断地收编着

^① 参见 [英] 雷蒙德·威廉斯：《马克思主义与文学》，王尔勃、周莉译，129～136 页，开封，河南大学出版社 2008。

残余文化与新兴文化。但我们也可以把这三种文化类型理解为一个此消彼长的过程。

按照这样一种思路去理解大众文化的演变，我们就会发现它经历了一个从新兴文化到主导文化的过程。当大众文化伴随着中产阶级的兴起而出现时，它无疑是新兴文化；彼时高雅文化或精英文化则是主导文化。然而，随着中产阶级力量的壮大，大众文化也越来越变得兴盛起来。20世纪三四十年代，利维斯（F. R. Leavis）、阿多诺等人批判大众文化的原因固然很多，但他们或许也意识到，来势凶猛的大众文化将会变成主导文化，而高雅文化将会退居边缘，乃至成为残余文化。而20世纪中后期以来的大众文化发展事实已表明，大众文化已经占据了社会的主流位置，变成了一种主导文化。代宁（Michael Denning）指出：“在资本主义社会里，所有的文化都已是大众文化。”^① 我们不妨把此论断看做大众文化变成主导文化的变相说法。

大众文化成为主导文化，不仅会改变一个社会的主流价值观（就像丹尼尔·贝尔所指出的那样，“娱乐道德观”代替了“行善道德观”^②），而且也会对其他文化类型蚕食鲸吞。结果，文化越来越趋向同一，出现了一种全面抹平的效果。

2. 从上层建筑到经济基础

按照马克思的区分，文化属于上层建筑领域，大众文化自然也不例外。但是根据拉什（Scott Lash）与卢瑞（Celia Lury）的看法，随着文化工业过渡为全球文化工业，文化也开始发生位移：从上层建筑变成经济基础。在他们看来：“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。就反抗与统治而言，文化的运作不再首先遵循上层建筑的运作模式，也不再首先以霸权

^① Michael Denning, “The End of Mass Culture”, in James Naremore and Patrick Brantlinger, eds., *Modernity and Mass culture*, Bloomington: Indiana University Press, 1991, p. 258.

^② [美] 丹尼尔·贝尔：《资本主义文化矛盾》，赵一凡等译，118～119页，北京，生活·读书·新知三联书店，1989。

的意识形态、符号、表征的形式出现。”^①

这应该是一个重要论断。也许从第二次世界大战之后开始，包括大众文化在内的文化就开始了—个逐渐“下沉”的过程。而近30多年来，其下沉的速度则越来越快，以致最终完成了从上层建筑到经济基础的蜕变。当文化产业变成一个国家的支柱产业时，当美国的好莱坞电影在全球疯狂吸金时，文化工业已变成一种生产力。当然，大众文化产品毕竟与其他物质产品不同，即使它变成了经济基础，也依然带有上层建筑和意识形态色彩。像好莱坞大片，一方面它创造了票房的奇迹，另一方面又向全球输出了一种价值和观念。因此，我们必须意识到文化工业及其产品的复杂性。

拉什等人认为，文化工业变成经济基础之后，文化被“物化”（thingified），而物则被“媒介化”（mediation），^②这当然是非常重要的后果。但除此之外我们还要意识到，成为经济基础之后，“文化工业”也开始变为“文化产业”，从而褪尽了阿多诺所指出的种种弊端，进而让人们的情感态度发生了重大变化。从此之后，人们只是在经济效益的层面上重视它，而几乎不再去过问和追究它的负面价值了。这种情况在中国体现得尤为明显。^③

3. 从中产阶级文化到青年亚文化

美国学者格罗斯（David Gross）曾经说过：“大众文化已变成中产阶级文化，反之亦然。”^④从事过大众文化生产的中国作家王朔也思考过类似问题：“真正大众文化的主流，举凡真善美，非礼勿视，非礼勿听，教化文明，都是中产阶级价值观的体现。全世界的知识分子和小痞子都知道，所谓大众文化主流是中产阶级价值观的同义词。”^⑤这样的论断和思考可谓意味深长，也让我们意识到大众文化与中产阶级、中产阶级文化存在着密切关系。然而，随着青年亚文化的崛起，大众文化也越来越视其为自己盟友，以至于在今天的大众文化中，中产阶级文化的意味逐渐淡薄，青年亚文化色彩愈显浓郁。正是在这一意义上，我们可以说大众文化正在经历着从中产阶级文化到青年亚文化的转型。

① [英] 斯科特·拉什、[英] 西莉亚·卢瑞：《全球文化工业：物的媒介化》，要新乐译，6~7页，北京，社会科学文献出版社，2010。

② 同上书，7页。

③ 参见赵勇：《未结硕果的思想之花——文化工业理论在中国的兴盛与衰落》，载《文艺争鸣》，2009（11）。

④ David Gross, “Lowenthal, Adorno, Barthes: Three Perspectives on Popular Culture”, *Telos*, no. 45 (1980), p. 127.

⑤ 王朔：《无知者无畏》，12页，沈阳，春风文艺出版社，2000。

如果说近代通俗文化更多与普通的下层民众发生关系，那么，现代大众文化的形成则与中产阶级的生活方式、欣赏趣味密切相关。中产阶级初登历史舞台后，虽然在经济层面具有优势，但在文化层面却非常自卑。“没有哪个阶级对待艺术像资产阶级那样谦卑。它认为自己外行，不仅对‘伟大传统’顶礼膜拜，而且对现代主义或先锋派艺术也诚惶诚恐，在妄自菲薄的自卑感中，把从印象派的画作一直到伪艺术家的信笔涂鸦统统算作艺术，高价收购，挂在客厅或艺术收藏室。”^① 这里谈论的是资产阶级，但在很大程度上也适用于中产阶级。正是在这一背景下，媚俗艺术开始出现，因为媚俗艺术迎合了中产阶级的生活方式，它的浮浅与廉价的基本特征意味着如下事实：这是一种适合于中产阶级生活节奏的、不需要花费太多时间和金钱却能够从中获取娱乐的艺术样式。而这种艺术样式又培育了中产阶级的欣赏趣味。正是在这一意义上，卡林内斯库才说：“媚俗艺术是作为中产阶级趣味及其特有的闲暇享乐主义的表现而出现的。”^② 而米尔斯（Charles Wright Mills）则论证了新式中产阶级的“闲暇伦理”如何取代了老式中产阶级的“工作伦理”，他们又如何在大众媒介的偶像与其他娱乐机器中找到了新的寄托。^③

一般认为，青年亚文化浮出历史地表并成为一种文化现象是第二次世界大战之后的事情。第二次世界大战后，随着经济的快速增长，西方社会开始进入“富裕社会”，中产阶级的富家子弟也开始长大成人。为了反抗主流文化和高雅文化，他们剃光头、着异服、说脏话、跳迪斯科、唱摇滚，甚至群居、吸毒等，做出了一系列惊世骇俗的举动。至20世纪60年代学生运动期间，亚文化不但发展成反文化，而且在与主流文化和高雅文化的斗争中采用了灵活多变的游击战术。有人指出：“‘反文化’不是别的，就是高级文化之外的一切其他文化。或者说，反文化就是把‘文化’这个概念重新消融在‘文明’之中。‘反文化’派尽管是一帮年轻人，但在策略上却显得比‘高级文化’的辩护者高明得多，难怪贝尔痛定思痛之际说他们‘少年老成’‘狡黠’。”其具体做法是：“派出一股股小规模袭扰队，神不知鬼不觉地侵入‘高级文化’的传统地盘，模糊其一直严加守卫的等级界线，令‘高级文化’防不胜防。毛泽东和托洛茨基的战术被‘反文化’派结合在一起：一方面‘以农村包围城市’，一方面不

^① 程巍：《中产阶级的孩子们：60年代与文化领导权》，63页，北京，生活·读书·新知三联书店，2006。

^② [美] 马泰·卡林内斯库：《现代性的五副面孔》，顾爱彬、李瑞华译，266页。

^③ 参见 [美] C. 莱特·米尔斯：《白领——美国的中产阶级》，周晓虹译，185~188页，南京，南京大学出版社，2006。

断在城市秘密发动起义，最终夺取城市。”^①正是通过这场规模浩大、影响世界的学生运动，青年亚文化借助于更激进的反文化，成功地创造了属于自己的文化形式。

因此，青年亚文化从一开始就充满了青春期的叛逆色彩，而“仪式抵抗”则是其惯用手法。青年亚文化并非传统意义上的大众文化，但又与大众文化有着扯不断的关系。而一旦前者挪用后者的形式或者后者收编前者，都会让大众文化的构成发生诸多变化。当大众文化以中产阶级趣味为诉求对象时，它显得中庸、保守，充满了媚俗之气。然而，当大众文化吸纳了青年亚文化之后，它则有了某种尖锐之姿，骚动之态，从而也多了几分嬉皮之气。以中国的青春文学为例，我们不可能说它是精英文化和高雅文化，但它显然也并非原来那种四平八稳的大众文化，而是青年亚文化与大众文化合谋之后的新产品。

三、大众文化理论的几种学说

由于对大众文化存在着不同理解，所以形成了种种不同的大众文化理论；又由于大众文化理论对大众文化的不同阐释，大众文化的不同面向也越显得清晰。在林林总总的大众文化理论中，我们以为以下四种学说更值得特别关注。

1. 整合说

整合说的主要代表人物是法兰克福学派（the Frankfurt School）的理论家阿多诺和霍克海默（Max Horkheimer），还有写作《单向度的人》（1964）时的马尔库塞（Herbert Marcuse）。整合说的基本思路如下：随着垄断资本主义时代的来临，资本主义社会已变成了一个“全面被管理的社会”（the totally administered society）或“单维社会”（one-dimensional society）。由于统治阶级通过“技术理性”或“工具理性”的力量把统治意识形态推进、渗透到了全社会的方方面面，所以文化工业不过是统治阶级和主流意识形态服务的帮手。这样，文化工业所生产的大众文化产品便不可能来自于民众，而是统治阶级通过文化工业强加在大众身上的一种假冒伪劣产品。因此，大众文化是以商品拜物教为其意识形态，以标准化、模式化、伪个性化、守旧性与欺骗性为其基本特征，以制造人们的虚假需要为其主要欺骗手段的文化，它最终达到的是自上而下整合大众的目的。可以说，当阿多诺等人如此思考大众文化的作用与

^① 程巍：《中产阶级的孩子们：60年代与文化领导权》，246页。