



视点

perspective

1 吴士余 主编

大众文化研究

陆扬 王毅 选编

Perspective

上海三联书店

视点

perspective

吴士余 主编 1

大众文化研究

陆扬 王毅 选编

上海三联书店

图书在版编目(CIP)数据

大众文化研究/陆扬,王毅编选.—上海:上海三联书店,2001.

(视点丛书;第一辑)

ISBN 7-5426-1544-0

I.大... II.①陆... ②王... III.群众文化—研究—西方国家—文集 IV.G249.5—53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 027586 号

大众文化研究

编 选 / 陆 扬 王 毅

责任编辑 / 吴士余 刘宏伟

装帧设计 / 鲁继德

责任制作 / 钱震华

责任校对 / 陶立新

出版发行 / 上海三联书店

(200235) 中国上海市钦州南路 81 号

E-mail/sanlian@online.sh.cn

http://www.sanlian.com

印 刷 / 江苏常熟市第四印刷厂

版 次 / 2001 年 7 月第 1 版

印 次 / 2001 年 7 月第 1 次印刷

开 本 / 890 × 1240 1/32

字 数 / 220 千字

印 张 / 10.125

印 数 / 1—5 100

ISBN 7-5426-1544-0

G·501 定价 18.00 元

经济全球化促进了世界文化的交流和对话。若说 21 世纪将是世界文化对话的时代,是不为过分的。世界文化格局承接经济全球化的浪潮而重建新的架构,应该是一种历史的趋势。它的一个显著效应将是世界人文资源的共享,人类文化在比较、融会、批判中不断创新和发展。

因此,对话、交流、创新也将是 21 世纪中国学术文化的主题词。这意味着,中国学术文化的传统界阈将被冲破,学术文化的生态平衡将向现代形态倾斜和转变;学术思维的创造性和科学性,以及价值判断的认知理性与实践精神将更明显地

被凸现出来。

中国学术文化的创新须建立在两个前提上,一是对传统的、本土的文化遗产的反思与重构;二是对人类文明的世界性考量。这是因为,当下的经济全球化浪潮为人类的文化发展提供了一个新的生态环境,同时也衍生了诸多新的人文现象和思潮需要去考量、追踪和研究。学术文化的发展不应停留在对传统人文精神的诠释与总结上,而是要求学者能就新世纪人类所面对的新的人文现象、人文思潮作出迅速与理性的反应;积极参与经济、政治、文化、社会等方面变革,并作出科学的应答。因此,文化交流、对话,广采博纳,审慎辨析,充分吸收域外文化之长以丰富自我,使中国学术文化多一些现代意识的内涵,就显得重要和必不可少。以人文学术出版为本位的上海三联书店理应为国内学术文化的创新和繁荣服务。这也是我们在推出《三联评论》之后,酝酿和策划《视点》丛刊的初衷。前者意为为国内学界中坚和新锐提供学术创新的园地,后者则是介绍国外学界新的人文思潮和学术信息,为国内学人提供学术研究的第一手资料。我们企望将《三联评论》及《视点》丛书作为上海三联学术著述出版的两翼,来反映中青年学者在文化交流、对话以及文化承传和创新方面的成果。

《视点》是不定期的丛刊,强调人文学术的主题性,即每辑确定一个专题,约请专家编选国外较有代表性的学者的著述(或辑录其主要学术观点),并作综合性的评述,为求在某一学术专题方面能给读者有一个较完整的介绍。除了评介新的学术理念和信息,还将对不同文化价值判断的学术考量作理性的选择;为满足青年学子对国外学术文化的了解,还将对一些新的学术术语(包括跨语际的释义)作浅近的诠释。这些都将为中国学术文化现代化建设的多层次与多元化需求提供服务,为国内学界的人文研究拓宽些学术文化的思

维空间。我们希望能跟踪当代国外学界的人文思潮和学术研究的热点,反映国外学者在这一课题上较高水准的成果。限于我们学识的肤浅,常常会留下种种遗憾。但对这一目标,我们应该去作不懈的努力和追求的。

中国学术文化的发展是有自己的民族利益和意识形态要求的。在这方面,《视点》丛刊是不会放弃自己的文化身份的认同的。在评介域外文化时,将清醒地认识到不同文化背景和文化价值判断标准的差异;有的学术理念和课题研究会涉及敏感的意识形态问题。对此,《视点》丛刊将注意它对民族文化承传的负面影响;文化交流和对话也应对域外文化资源进行客观而理性的评价与取舍;维护学术研究的科学性和严肃性。不可否认,因编者学术素质的局限,在选编中难免会出现疏忽和偏差,但尽量以深沉的历史意识和饱满的理性精神去对待域外人文学术研究,这应该是要努力做到的。

但有一点要强调的是,《视点》丛刊所译介的域外学术文化并非是为了照搬、效颦,也不代表出版者的观点,我们的本意是为自身的学术文化建设提供一种参照和比较。在抵御消蚀意识形态的“西化意识”的同时,积极审视、选择、吸纳有利于社会主义学术文化建设的西方文明成果。笔者认为,代表先进文化前进方向,应包含着这种积极的出版意识。

吴士余

2001年4月

视点

致谢

本书的缘起受惠于上海三联书店吴士余总编辑的一个设想。没有他的构想和大力促成,本书肯定至今还是一个问号。篇目选定以后,我们致力于联系版权,除了得到作者们的支持,版权为出版社和杂志社拥有的篇章,也都蒙版权所有人慷慨赠予作品中文翻译和在中国发行的权利。这些出版社、杂志社以及著作人是:

加利福尼亚大学出版社
(Berkeley: University of California Press), 印第安那大学出版社
(Bloomington & Indianapolis: Indiana University Press), 每月评论出版社
(Monthly Review Press, Monthly Review Foundation), 圣贤出版社
(Sages Publishing Ltd, 6 Bonhill Street, London EC2 4PU, [http. www. sagepub. co. uk](http://www.sagepub.co.uk)), 墨尔本大学出版社

(Melbourne University Press), 国际汤姆逊出版服务公司 (International Thomson Publishing Services Ltd), 英国电影学院出版社 (British film Institute Press)、罗特利基出版社 (Routledge), 以及澳大利亚西悉尼大学洪美恩教授 (Ien Ang, Western Sydney University, Australia)、英国欧蓬大学托尼·本内特教授与斯图亚特·霍尔教授 (Tony Bennett, Stuart Hall, Open University, UK)、美国威斯康星大学约翰·费斯克教授 (John Fiske, University of Wisconsin, USA), 和英国诺丁汉特伦特大学约翰·汤林森教授 (John Tomlison, Nottingham Trent University, UK) 等。

在此深表谢意。

(代前言)

大众文化面面观

陆 扬

收入本书的主要是西方近 20 年来探讨大众文化,以及对这一文化进行个案研究的理论文章。英文中的 mass culture 和 popular culture 中文都译“大众文化”,但是两者可以说是完全不同的概念,此“大众”和彼“大众”相差不可以道里计。就早期的大众文化 mass culture 而言,它具有明白无误的贬义色彩。这个术语的流行是在 20 世纪 30 至 50 年代的文化批判思潮之中,前后不超过 30 年,用以指商业利益驱动的文化产品,特别是大众传播产业的典型产品,像电影、广播、电视、音像产品、广告和流行出版物之类。

但是时至今日,除了回顾历史, mass culture 事实上已经是一个被人忘却的概念。今天我们所说的“大众文化”,无一例外是指 popular culture。大众文化是我们今天格外风光的产业,不但带来滚滚商业利润,就是在它的精神内涵方面,也早已挺直了腰杆,不但扬眉吐气,敢于向对它压迫已久的高雅文化叫板,而且差不多反客为主,一跃成了背后有政府大力推动的主流文化。这在全球化之风一路劲吹的今天,于中国于西方并没有太大的差别。适因于此,西方主要

发达国家方方面面、不同视角的大众文化研究,相信对于我国当前一方面文化产业迅猛发展,一方面理论研究明显滞后的状态,其现实意义是无论如何估计,都不为过的。

下面我想追溯一下西方大众文化研究的来龙去脉——实际上在它的早期谈不上研究,完全就是一面倒的批判。读者不难发现,这里面其实有许多值得我们深思的东西。

早期的大众文化 mass culture 是一个四面不讨好的靶的。它为旧式的民主派所不容,因为它鹊巢鸠占,抢夺了“民间文化”的领地,而民间文化是在人民群众之中自生自发的,与自上而下、庸俗低劣的大众文化不可同日而语。它为保守派和传统派所厌恶,因为它冲击了“高雅”的艺术和“高雅文化”。它同样不讨左派批评家的欢心,因为它是资本主义罪恶机器的帮凶,是麻痹大众,消磨大众意志的毒品,使大众无法清醒认识到自己在资本主义社会中的真实地位。进而视之,大众文化还是“大众社会”(mass society)的必然产物。后者作为工业化的结果,被认为是抹杀个性,推广平庸,导致趣味、习惯、观念甚至行为千篇一律,个人的差异,社会阶级的差异,大有给一笔勾销的趋势。大众社会的特征是庞大的官僚机构、强大的传媒、追求大一统,说到底还是平庸和异化。法兰克福学派对大众文化的批判,正是奠基在对大众社会的这一认知上面。

法兰克福学派对大众文化的激烈批判,在文化批判的一切理论中,无疑是最强有力,也是影响最为深远的一种。一马当先的是霍克海默和阿多诺。“文化工业”一词,就是两人铸就以描述大众文化的过程和产品。据两人观之,文化工业是生产让大众不假思索予以消费,认为是想当然而无保留接受下来的文化产品。结果就是剥夺工人阶级的政治和反抗意识,盲目追求快感,甘心忍受资本主义的奴役。《启蒙辩证法》中霍克海默和阿多诺说过这样

的话：

快感总是意味着一无所思，意味着忘却痛苦，即便是身在痛苦之中。从根本上说它是一筹莫展的。它是逃脱。但并非人所说的，它是逃脱苦难的现实，而是逃脱最后留存的一点反抗思想。娱乐许诺给人的自由，就是逃脱思想和否定。^①

与此相反的是“真正的”文化。“真正的”文化是一块乌托邦的天地，引导人超越现实的禁锢，向往一个更好的世界。它既是对现实的批判，又是对未来的展望。然而可悲的是即便是“真正的”文化，也明显要给大众文化拖下水了，因为一个显见的事实是，“真正的”文化即高雅文化，也无法对利润盈亏无动于衷了。

在英语国家，对大众文化的批判可以上推到马修·阿诺德(Matthew Arnold)和 F. R. 利维斯(F. R. Leavis)的传统。阿诺德1869年出版的《文化与无政府状态》中，虽然没有直接讨论大众文化，但是他将文化界定为世界上所思所言的最好的东西，实际上是给他后面的一个世纪提供了一个认识文化的基本视野。反之“无政府状态”，就是大众文化或者说工人阶级文化的同义词。阿诺德谈到工人阶级的贫困、愚昧和无奈，故而他们的文化导致权威扫地，社会和文化秩序趋于瓦解，是可想而知的。

文化的功能在阿诺德看来，在于培育一个有修养的中产阶级。而工人阶级总是处在“无政府状态”一边，总是处在“文化”的对立面上。阿诺德说，人类的大众部分永远没有充分的热情来如其本然观

① 阿多诺和霍克海默：《启蒙辩证法》，伦敦，1979年，第144页。

照事物,他们一知半解就很知足了。相反如其本然观照世界的人,总是发现自己是在一个很小的圈子里,但就是在小圈子使完善的思想得以流传。所以,有高度修养的人虽然只是少数,可他们是人类知识和真理的器官。因为知识和真理就这两个词的充分意义而言,是人类的大众部分根本无以达成的。

但是对后来大众文化理论影响更为直接的,是 F. R. 利维斯 1930 年的一本小书,《大众文明与少数人文化》。这本书的标题就是不折不扣来自阿诺德的上述思想。F. R. 利维斯是文学批评家,著名杂志《细绎》(*Scrutiny*)季刊的创始人。同阿诺德相似,F. R. 利维斯也坚信文化总是少数人的专利。但利维斯的时代与阿诺德有所不同,随着工业革命的推进,“大众文明”和它的“大众文化”全面登陆,传统价值分崩瓦解溃不成军。少数文化精英发现自己处在一个“敌对环境”之中。这是利维斯深感忧虑的。事实上他的忧虑自此开启一个传统,这就是大众文化批判中的利维斯主义。它的前提是 19 世纪之前,至少是在 17 世纪和 17 世纪之前,英国有一种生机勃勃的共同文化。唯工业革命将一个完整的文化一分为二,一方面是少数人文化,一方面是大众文明。少数人文化代表了阿诺德所说的“所思所言的最好的东西”,在利维斯则特别体现在英国文学的伟大传统上面。大众文明的大众文化则是商业化的低劣文化:电影、广播、流行小说、流行出版物、广告等等,被缺欠教育的大众不假思索大量消费。正是基于这样的认识。利维斯呼吁“少数人”武装起来,主动出击,抵制大众文化泛滥成灾。后来 F. R. 利维斯的夫人 Q. D. 利维斯写的《小说和阅读公众》,以及 F. R. 利维斯和丹尼斯·汤普生(Denys Thompson)合著的《文化与环境》,都是把大众文化看做洪水猛兽一类东西。

美国大众文化批判理论家 D. 麦克唐纳(Dwight Macdonald)也是

一个值得一提的人物。麦克唐纳 1944 年撰《大众文化理论》一文，开篇就说，一个世纪以来，西方文化事实上是有两种文化，其一是传统文化，可以叫做“高雅文化”，它主要见于教科书。其二是“大众文化”，是为市场而成批制作出来，后者包括广播、电影、卡通、侦探小说、科幻小说和电视。这些都是严肃的艺术家很少愿意涉足的领域。麦克唐纳甚至反对用是时已经开始流行的 popular culture 一语称谓大众文化，而坚持 mass culture 是更为确切的称呼。理由是大众文化的一个显著的特点，就是它是一样直接供大众消费的东西，就像口香糖。高雅文化的作品有时候也会流行，虽然它时下是愈见萧条。要拿流行(popular)作为标准，麦克唐纳说，狄更斯比他的同时代作家 G. A. 亨提(G. A. Henty)更要流行。但两人的不同处在于狄更斯是艺术家，将他个人的情感与他人的情感沟通起来，而亨提则是非个性化的大众商品的非个性化的制作者。当然不能因此而说狄更斯是属于大众文化。

麦克唐纳还比较民间文化与大众文化说，民间文化发端于下层，它是民众自然而然的经验表达，不受高雅文化的恩惠，是为民众自享，满足自身的需要。大众文化则是从上面下达，是为商人雇佣的技师制作，它的观众是被动的消费者，其参与程度就限制在买与不买的选择上面。进而视之，民间文化是民众自己的一个小小的花园，四周圈有围墙，与其主人高雅文化的大花园隔离开来。但是大众文化打破了围墙，将大众统一到高雅文化的低级形式之中，如此成为政治统治的一个工具。

转折悄悄发生在 20 世纪 50 年代。1957 年出版了两本对于大众文化理论意味深长的著作。一本是罗兰·巴特的《神话学》，收入文章广泛涉及角力、玩具、广告之类日常生活中的大众文化。巴特在这里赋予大众文化以细致文本的分析，而这是利维斯传统的文化

批评,先时反之献给“高雅”文学的。所以《神话学》具有开拓意义,应毋庸置疑。收入本书的约翰·道克的《一种正统观念的开花》是他《后现代主义与大众文化》中的一个章节。作者特别讨论了《神话学》的第一篇《角力的世界》。巴特讨论的角力经常是在巴黎一些脏兮兮的厅堂中举行,生龙活虎,却与资产阶级紧紧包裹起来的形象似有千里之遥。巴特一开始就向装模作样的资产阶级人士显示义愤,他们看不起大众角力,因为它不是体育,就像拳击和柔道。巴特反击说,角力不是体育但是它是好戏。它具有极大的观赏性,让情绪毫无保留发泄出来。而且它表现“善”与“恶”的冲突,它归根到底是彰示公正,让背信弃义和社会不公原形毕露。但是巴特也说,这一类大众戏剧远不是如此简单化,一本正经。他发现有一回角斗到最后竟成了一种巴洛克式一片混乱的结局,奇形怪状漫无节制,规则、章法、裁判谴责、场地的限制,悉尽不在话下。

同年出版的另一部重要著作是理查·霍加特(Richard Hoggart)的《文化的用途》。霍加特是个训练有素的文学批评家,受利维斯传统影响,但没有利维斯的保守。但是霍加特有似《文化与社会》中的雷蒙·威廉斯,有心使用利维斯文学批评的文本细致分析方法,却不局限于文学作品。这一方法后来叫做“左派利维斯主义”。具体说,《文化的用途》中,霍加特使用了《小说与阅读公众》中 Q. D. 利维斯倡导的民族志(ethnography)方法。所谓民族志是一种实地调查研究方法,又译人种学,主要来源于人类学研究。民族志的方法试图进入一个特定群体的文化内部,“自内而外”来展示意义和行为。这当然需要付出艰辛的劳动。

后来成为伯明翰文化研究中心奠基人的霍加特,本人在英格兰北部利兹的一个工人阶级社区长大。与伯明翰中心的其他研究人员相似,长期从事成人教育,对社会中下层阶级的熟悉程度,非一般

知识分子可以比肩。《文化的用途》第一部分中,霍加特回忆了工人阶级生活的往昔时光,把自己的童年和家庭予以重构。霍加特说,这是一种家庭和邻里的文化,侧重口头传统,有最好的英国清教风习,感知世界突出个人和具像事物。这样一种文化属于工人阶级,而不属于那些凌驾于他们之上的人,如雇主、公务员、教师和地方长官等。霍加特说,他并不是意在把过去理想化,例如他提出,工人阶级的宗教和政治观念充满偏见,一半是真,一半是假。但是在工人阶级大众自得其乐的领域,他们个人的、感性的世界中,他们的交谈就像小说家,每一种逸闻都给描述得绘声绘色,一大串的明知故问,加油添醋,故作停顿,抑扬顿挫。换言之,工人阶级文化具有一种极具韧性的文化,它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。

霍加特 1964 年成为伯明翰大学当代文化研究中心的第一任主任。这个中心虽然今已不存,继之成立的文化研究系也已物是人非,但是它对于大众文化的正本清源和理论建树作出的贡献,是无论如何估价,也不为过的。中心的核心人物雷蒙·威廉斯划时代的《文化与社会》在 1958 年面世。书中威廉斯追溯了工业革命以来“文化”一语含义上的变化,不同意利维斯视文化为少数人的专利,同工人阶级文化对立起来。他认为利维斯是忽略了制度、风俗、习惯等等在文化中举足轻重的地位,而独尊文学为救世主。威廉斯垂青的文化定义,是将文化看做一个整体的全部生活方式。但即便这个定义之中,我们仍然能够看到阿诺德和利维斯的传统,如早先 T. S. 艾略特就称文化是涵盖了一个民族的全部生活方式,甚至包括睡梦。这个可以威廉斯为代表的传统,表征出了大众文化研究中的“文化主义”。

Popular culture 由此开始替代包含了太多贬义的 mass culture。

收入本书的《出版业和大众文化》一文中,威廉斯区分了“大众”(popular)一词的三层意义:第一层是“为民众”,这是这个词激进的传统意义,如宪章运动时期和20世纪工党运动时的报纸。第二层是种生气勃勃的大杂烩,政治倾向加上大众的欣赏趣味:犯罪、丑闻、罗曼司和体育。最后,对市场的依赖。1976年出版的《文化与社会关键词》中,写到大众文化,威廉斯开门见山称大众的含义是民有、民享,为民喜闻乐见。他说,大众文化不是因为大众,而是因为其他人才得到命名的,它仍然带有两个旧有的含义:低等次的作品(如大众文学、大众出版商以区别于高品位的出版机构)和刻意炮制出来以博取欢心的作品(如有别于民主新闻的大众新闻,或大众娱乐)。但是它更现代的意义是为许多人所喜爱。又说,大众文化经常是替代了过去民间文化占有的地位。这样,实际上就是把民间文化也拉进了大众文化的行列。

什么是大众文化?至此或者可以给出一个答案。不妨翻译一段术语辞典:

20世纪50年代,理查·霍加特和雷蒙·威廉斯等人将认真的文化分析和美学问题延伸到日常生活,研究普通民众经验的、形象的、风格化的和物质的反映,以及他们对自己真实的和想象中的从属地位,作何反应。大众文化至此以还,被认为是积极的过程和实践,以及对象和物品。它形形色色无所不有,包括邮购目录、汽车和其他耐用消费品设计、衣着和食品风尚、足球赛、音像制品、圣诞节,如此等等。有人暗示,大众文化具有颠覆,甚至颠倒既定霸权

秩序的能力。^①

伯明翰中心在霍加特的继任者斯图亚特·霍尔主持下,特别是在 20 世纪 70 年代,成为举世瞩目的新理论中心。但是,20 世纪 70 年代伯明翰中心面对的战后世界,已大不同于霍加特经历到的 20 世纪 50 年代。这个世界见证了如火如荼的学生抗议和激进批判,还有妇女解放、同性恋解放、反种族歧视。这是《文化的用途》的世界闻所未闻的。这类抗议和批判登峰造极,便是 1968 年 5 月巴黎风起云涌的学生造反运动。霍尔本人与霍加特和威廉斯有所不同,他的名声不是基于他自己的哪一本书,而是在于交织在热烈论争之中的文章和文集序言。收入本书的《解构“大众”笔记》一文中,霍尔也逐次分析过大众文化的不同定义。霍尔指出,拿最常用的含义来说,事物被称为“大众的”,是因为成群的人听它们、买它们、读它们、消费它们,而且似乎也尽情地享受它们,这是这个概念的“市场”或商业定义。其次,大众文化指“大众”在做或者曾经做过的一切事情。它接近大众概念的“人类学”定义:“大众”的文化、社会习惯、风俗和民风,总而言之,所有那些标志他们“特殊生活方式”的东西。最后,也是霍尔本人看好的定义:用关系、影响、抗衡等等延绵不断的张力来界定“大众文化”,集中探讨大众文化与统治文化之间的关系。换言之,它把文化形式和文化活动的领域看成是变动不居的,然后考察使统治文化和附属文化之间的关系得以表现的那个过程。这里的焦点就是文化间的关系和霸权问题。

大众文化的研究由是观之,带有鲜明的政治色彩是不言而喻

① 伯尔洛克(Alan Bullock)和特隆布莱(Stephen Trombley)编:《新丰塔那现代思想辞典》,伦敦,1999 年,第 666 页。