

文学理论批评建设丛书

李 炜 著

中国大众文化叙事研究

ZHONG
GUO
DA
ZHONG
WEN
HUA
XU
SHI
YAN
JIU

从宏大叙事到小叙事：
「日常生活」的凸现
直面日常生活
点染日常生活之梦
情节模式与情绪模式

顺序、时距与频率：
事时间与大众日常生活
叙述声音与叙事效果：
大众的意识形态
感性化叙事与能指的盛
宴：叙事话语与符号

互文性：狂欢化的叙事
策略与本体性
「语—图」互文
电子媒介与媒介之间的
互文
超级链接：从互文本到
超文本

Zhongguo Dazhong Wenhua
Xushi Yanjiu

文学理论批评建设丛书

李 炜 著

中国大众文化叙事研究



李炜 | 中国师范大学出版社

本书由华中师范大学出版社提供的出版基金全额资助

新出图证(鄂)字 10 号

图书在版编目(CIP)数据

中国大众文化叙事研究/李炜 著. —武汉:华中师范大学出版社, 2010.6

ISBN 978-7-5622-4261-1

I. ①中… II. ①李… III. ①文学研究—中国—当代
IV. ①I206.7

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 054180 号

中国大众文化叙事研究

© 李 炜 著

责任编辑:王 炜

责任校对:罗 艺

封面设计:甘 英

编辑室:文字编辑室

电话:027-67863220

出版发行:华中师范大学出版社

社址:湖北省武汉市珞喻路 152 号

电话:027-67863040(发行部) 027-67861321(邮购)

传真:027-67863291

网址:<http://www.ccnpublish.com>

电子信箱:hscbs@public.wh.hb.cn

印刷:武汉理工大印刷厂

督印:章光琼

字数:222 千字

开本:880mm×1230mm 1/32

印张:8.75

版次:2010 年 6 月第 1 版

印次:2010 年 6 月第 1 次印刷

印数:1-2000

定价:23.00 元

欢迎上网查询、购书

敬告读者:欢迎举报盗版,请打举报电话 027-67861321

新版总序

王先霈

这套“文学理论批评建设丛书”从开始出版到现在已经八年多了，累计共有九种，虽然先后有过加印，也还是都脱销了。出版社要出新版，在版面设计上作改进，作者们也愿意借此作或大或小的修订，同时，还会有若干新著将要陆续增加进来。所以，编辑同志嘱我补写一篇序言，看来，确实是有此需要——需要对原来的设想作某些修正，对丛书策划中新的设想作一交代。

当初，设计本丛书的时候，就是与华中师范大学文艺学学科建设相配合。我在原来的总序中说的，丛书的作者们，也就是教研室的成员，大家在学术上相互呼应协作，并且为下一步理论上的整合作准备。现在看来，这一句话要作分析：“呼应”是教学与研究的客观需要，教研室的成员们在教学任务和研究方向上有所分工，在一个集体里必须协调、默契，也必定会彼此影响；“整合”这个词儿则未见准确——每个人有自己的学术个性，不大可能也没有必要整合。学术群体的建设，尤其是人文学科学术群体的建设，最重要的是各人独立的创造性的研究。自选课题做起来兴趣浓厚，有利于扬长避短。至于群体内部观点的接近，研究范围的接近，研究风格的接近，以至于课题的合作，应该是顺乎自然，不必强求。在这几个方面有合有分，分而渐合，合而复分，都不是坏事。至于青年胜过老年，学生超过老师，更是进步和兴旺的表现。我们教研室现仍在岗的同事都比我年轻，怀有对

新思潮、新事物的热情和敏感，我从他们那里时常受到激发和启迪。现行的学术体制中，“计划”的色彩较浓，对学术个性的养成和发挥有些妨碍，最终也不利于真正意义上学派的形成。这是一个带有普遍性的问题，作为一个小集体，在学科建设中，只能是尽可能尊重每位成员的个性。随着中青年同志渐趋成熟，我们这个集体的研究课题，也不再停留于文学批评，近几年在德国古典美学和东方美学领域，在大众文学理论领域，在比较文学和中国古代文论研究领域，都有新的可喜的成果。这也是我们策划本丛书新版的基础。

从我们已发表的成果看，有一个共同的弱点，就是时代特征不够鲜明，较少回应当下现实的尖锐问题。这可能与我们的长期教学负担过重、难得有整块的时间集中精力于一个课题有关，但还是应该在我们的学术性格和研究心理上去寻找原因，并尽快予以弥补。近几年从我们这里毕业的博士，有的人学位论文比他们的导师更有锐气，这是值得深入反省的。前面九种书，是20世纪的产品，在21世纪，新版的这套丛书各册的撰写，希望既踏实沉稳，又表现出更大的探索的勇气和更强的创新的欲望。同事们正从事于多种重要课题研究，阶段性成果不断地问世，有理由对我们的学科建设充满信心，借此机会还要感谢华中师范大学出版社的支持和帮助。

2004年7月28日夜11时

暑热中于武昌桂子山

总 序

王先霈

本丛书的作者们是华中师范大学中文系文艺学及相关专业的中青年教师,他们聚合在一起,撰写这一套丛书,其整体构想是,以文学批评论为中心,从几个不同的角度探讨在世纪转换时期文学理论的变革、更新。

关于文艺学研究的改革和开拓,早已为国内高校中文系教师以及教育界以外的学术同行所充分重视,并且已经有许多成果问世。粗略地说,人们的努力是在两个方向上,一是从一个个具体学科问题入手,诸如形象思维问题、悲剧问题、形式美问题、典型问题、文学语言的功能与性质问题……寻求新的看法、新的结论,而在此种寻求过程中间调整或改变旧的学科思维习性和思维方式,锻制新的研究方法;一是设计新的文艺学理论体系,包括确立新的逻辑起点、新的核心概念,重组基本范畴与命题。显然,后一种工作难度要大得多。我一直觉得,从事这种工作的时机还远不成熟,因为,它还缺乏强有力的哲学的支持,还有待一系列重大学科问题的突破性进展作基础。眼前,我们的文艺理论界甚至没有一个迥异于古代的与西方的、为大家共同接受并在理解上少有歧义的术语系列,争论和交流常常在语义层面上就遇到阻碍;而这种术语系列的形成和获得公认并非一朝一夕之事。在这种情况下构造的新的理论体系,是难以做到坚实牢固的,更不可能严密深邃。所以,在文艺学建设上,我赞成多研究问题,不轻言重建体系;同时,在文

艺学内部,把理论的抽象同文学史的总结、批评实践的深化更紧密地结合。

文学领域的变革往往首先从创作上发端,近十余年的中国文学发展也是这样。从 20 世纪 70 年代末文学内容上的变化,到 20 世纪 80 年代小说、诗歌、话剧剧本文体观念的变化,艺术形式的大范围大幅度的蜕变,掀起一股股新潮;与创作相依相连的文学批评不能不对之作出反应,由此导致批评自身的更新;文学批评对作品、对具体文学现象的判断、阐释需要明确的原则作依据,于是,文学理论的发展变化就必不可免了。在这里,文学批评是中间的富有弹性的更加活跃的环节。不管出于何种心理,文学批评比之文学理论总是受到各方面更多的关切,作家、读者和社会管理者都不能完全漠视文学批评,即令他们对文学理论没有直接的兴趣。但是,一个文学批评家,如果只是说明作品的意义(社会意义与审美意义),那他还只是一个通俗的解说者,只是一个书评作者,还称不上严格意义上的文学批评家。文学批评家还应该揭示文学作品的意义如何产生,如何被接受者体认,指出文学作品生产和传播的种种规律。进一步说,文学批评也需要批评,也需要专门的研究,作为对批评的批评或对批评的研究的批评论,不但有存在的理由,而且应该受到特别的重视。同样,一个文学理论家,如果对当代的巨大而深刻的文学变革没有自己独到的体验,不能对之进行深入思考,怎么能指望他为阐明这种变革提供有用的理论武器呢?

从上述考虑出发,华中师范大学中文系从 1981 年起逐步建立了文学批评论的教学和研究的专门队伍,十多年来,开设了文学评论课程,编写出版了题为《文学评论教程》的教材,培养了若干届文学批评论方向的硕士研究生,取得了一批研究成果。把这一工作推进到新的层次,是我们 20 世纪 90 年代的新目标。在我们看来,无论在文学批评的观念上,还是在文学批评方法或批评切入文学的角度上,以及文学批评论研究的路径上,都要抛弃单一化、凝固化,而走向多元化、开放性。80 年代后期,我们曾提出建设“开放

的社会历史批评”，90年代初期又曾提出建设“圆形批评”。那些，是就批评观念而言，是针对着孤立的、僵硬的、片面的、直线型思维支配的文学批评，也是针对着片断的、直感的、随意的、散点型思维支配的文学批评，希望达成批评主体的自谐以及与不同批评学派、不同批评风格的互谐。在这一套丛书中，我们尝试从各不相同的切入角度开展研究，有在梳理20世纪中国文学批评的基础上直接讨论文学批评理论的，有从语言学、符号学出发为文学批评提供新的视角的，也有从文学思潮或地域文化方面侧重批评实践的。我们想以这样的探讨为前提，在历史与现实的比较、理论与实际的碰撞中，拓展思维空间。也许，这比单纯形而上的冥思苦想、比单纯形而下的实际操作，有更多接触、发现新知新见的机会。丛书的作者对所选择的课题，都已经投入多年的精力，发表过若干阶段性成果，分别获得中华基金、国家教委社科基金或湖北省社科基金的资助。本丛书既是各人课题的后期成果，又是相互的呼应协作，还是我们这一个研究的群体下一步理论上整合的准备。

无论是在本丛书的写作商讨中，还是在平时的研讨活动中，我们这个群体的学术见解都没有取得过完全的一致；除了继续内部的切磋辩论之外，借丛书出版的机会，期望得到校外同行和热心读者的指教。

1996年3月22日

于武昌桂子山

目 录

新版总序·····	(1)
总序·····	(1)
导 论 叙事研究与中国大众文化研究·····	(1)
一、现实关照:大众文化及中国语境的特殊性·····	(1)
二、叙事研究:背景与框架·····	(9)
三、叙事研究在中国大众文化研究中的意义·····	(14)
第一章 日常生活与日常生活的想象:从宏大叙事到小叙事 ·····	(21)
第一节 “日常生活”的凸现 ·····	(23)
一、“日常生活”范畴的相关研究及意义·····	(23)
二、“日常生活”之于精英文化与主流文化·····	(29)
三、中国市民通俗文艺中的“日常生活”·····	(36)
四、“日常生活”本真存在的凸现·····	(45)
第二节 两个叙事层面 ·····	(51)
一、直面日常生活·····	(51)
二、点染日常生活之梦·····	(78)
小结 ·····	(86)

第二章 情节模式及其延伸:大众文化文本的叙事结构…… (90)

第一节 情节模式:主导性的叙事结构中心…………… (91)

一、情节叙事模式的类型程式…………… (92)

二、在类型中出新:大众文化文本的内在张力…… (102)

第二节 情绪模式:作为情节模式的延伸…………… (113)

一、情绪模式之于精英文化与大众文化的意义 … (113)

二、情绪模式的具体呈现…………… (117)

小结…………… (124)

第三章 大众文化文本的叙事时间与叙述者…………… (125)

第一节 顺序、时距与频率:叙事时间与大众日常生活

的一致性…………… (126)

一、顺时序与作为辅助的倒叙…………… (126)

二、等述、时间的扩张与重复…………… (132)

第二节 叙述声音与叙事效果:大众的意识形态…………… (139)

一、叙述声音的修辞性研究方法:

从韦恩·布斯到詹姆斯·费伦…………… (139)

二、“我”在“说”:

大众文化文本中的公开叙述者及其意义…………… (145)

小结…………… (158)

第四章 感性化叙事与能指的盛宴:叙事话语与符码…………… (161)

第一节 感性化叙事:感官体验与符号的细节叙事…………… (162)

一、消费符码与符号的细节叙事…………… (162)

二、感性化叙事的具体表征…………… (171)

第二节 能指的盛宴:叙事符码的多元化	(179)
一、叙事符码与能动的受众	(179)
二、多元化的叙事符码分配	(187)
三、文字、视像与音乐:混合媒介叙事	(200)
小结	(208)
 第五章 互文性:狂欢化的叙事策略与本体性	(211)
第一节 互文性:大众文化文本的叙事策略	(213)
一、互文性:广义与狭义,理论与方法	(213)
二、引用与拼贴、仿作与戏拟	(220)
三、宣泄与游戏的快感: 大众文化突出戏仿、拼贴意义上的互文性之意义	(231)
第二节 超越媒介:纸质、影像、网络等之间的互文 ...	(234)
一、“语—图”互文:文字叙事与图像叙事的互文	(234)
二、电子媒介与媒介之间的互文	(242)
三、超级链接:从互文本到超文本	(246)
小结	(250)
 结语	(252)
 参考文献	(256)
 后记	(269)

导论 叙事研究与中国大众文化研究

自 20 世纪 80 年代中后期以来，随着市场经济的建立，中国逐步出现了文化转型，大众文化以前所未有的态势迅猛发展，成为 20 世纪 90 年代以来具有相当覆盖面和极大影响力的文化。而对于“大众文化”这一概念，学界也由最初的懵懂无识到纷纷论争，与大众文化相关的西方论著也被成系列地译介。在此背景之下，学界对于大众文化的研究大致有以下的不同角度：一、从总体上对大众文化进行严厉的批判或是为之进行辩护，多以西方的大众文化理论作为理论资源；二、关注大众文化与精英文化、主流文化、民间文化之间的关系，关注大众文化概念的历史发展；三、对大众文化的一般属性与特征进行剖析；四、关注中国当代大众文化的分层，并对个别文本现象进行具体阐释。从这些不同的角度出发，与中国当代大众文化有关的具体问题得到广泛的讨论研究，但是，大众文化文本与非大众文化文本叙事有何区别，这一问题始终没能得到深入的探讨。而叙事，对于大众文化而言具有举足轻重的意义，关涉到我们对大众文化文本的基本界定。厘清中国当代大众文化的叙事特征，有益于进一步廓清中国当代大众文化的属性与特质。

一、现实关照：大众文化及中国语境的特殊性

毫无疑问，中国的大众文化研究从研究对象的选择、解决问

题的方法到理论范式的运用，都受到西方大众文化研究的影响。什么是大众文化（popular culture）？在当代中国现实语境下，大众文化又有什么样的特殊性？大众文化这一概念由西方而来，因此我们有必要先梳理一下西方关于这个概念的基本看法。

首先，大众文化确实是个弹性很大的概念，因为对“文化”理解的不同，也造成了对大众文化不同的批判立场。斯图亚特·霍尔（Stuart Hall）曾有此言：“……我在‘大众’上遇到的问题几乎与在‘文化’上遇到的一样多。两个概念放到一起，困难会大得惊人。”^① 英国批评家马修·阿诺德（Matthew Arnold）与 F·R·利维斯（F. R. Leavis）关于文化的理解实际上开了对大众文化批判传统之先。在马修·阿诺德看来，“文化就是或应该是对完美的探究和追寻，而美与智，或曰美好与光明，就是文化所追寻的完美之主要品格”；“文化为人类担负着重要的职责”；^② 社会“远为需要的是文化为我们树立的完美的标准，即更加丰富的精神活动，其特点是在美好、光明、生命力和同情心方面均取得长足的进步”^③；文化使者是伟大的，他们传播的是“时代最优秀的知识和思想，因此也成为美好与光明的真正源泉”^④。简而言之，文化是时代最优秀的知识和思想，通过伟大的文化使者的传播，能树立完美的标准，使人们获得美好与光明，进入更丰富的精神世界。在如此的定义之下，阿诺德对“无政府状态”的工人阶级文化或者大众文化实际上采取了批评态

① [英] 斯图亚特·霍尔：《解构“大众”笔记》，戴从容译，见陆扬、王毅选编《大众文化研究》，上海三联书店 2001 年版，第 41 页。

② [英] 马修·阿诺德：《文化与无政府状态》，韩敏中译，生活·读书·新知三联书店 2002 年版，第 41、11 页。

③ [英] 马修·阿诺德：《文化与无政府状态》，韩敏中译，生活·读书·新知三联书店 2002 年版，第 27 页。

④ [英] 马修·阿诺德：《文化与无政府状态》，韩敏中译，生活·读书·新知三联书店 2002 年版，第 32 页。

度。大众文化批判中的利维斯主义即是受了阿诺德的直接影响，F·R·利维斯认为文化一直掌握在少数人手中，大众文化缺乏道德的严肃性和审美价值。这种精英主义的文化传统立场，也成为其后的诸多理论家的基本态度。法兰克福学派的阿多诺(Th. W. Adorno)对大众文化的批判最为激烈，他将文化一分为二，一是高雅文化，一是文化工业(cutural industry)。英国文化研究的核心人物雷蒙·威廉斯(Raymond Williams)扩展了文化的意义，将文化与日常生活联系在一起，概括了文化的三种定义，其中文化的“社会”定义，成为文化研究的理论基础：“文化是对一种特殊生活方式的描述，这种描述不仅表现艺术和学问中的某些价值和意义，而且也表现制度和日常行为中的某些价值和意义。从这样一种定义出发，文化分析就是阐明一种特殊生活方式、一种特殊文化隐含或外显的意义和价值。”^①在这里，文化被视作一种整体的生活方式。文化含义的扩展，事实上意味着批评界、学术领域对大众文化研究的不再排斥，大众文化这个词也经过威廉斯等人的研究而被推广。由此之后，人们对大众文化的研究越来越深入。

在西方关于大众文化研究的论著中我们可以看到，他们笔下的大众文化可以说涵盖了现代社会人们日常生活中的方方面面。《机械复制时代的艺术作品》是本雅明(Walter Benjamin)于1936年发表的文章，其中提出了20世纪二三十年代出现的一个新的文化现象：由于收音机、留声机、电影等的出现，复制技术使艺术作品得以批量生产，从而使这些作品可以从少数人的垄断性的欣赏中解放出来，为大多数人所共享。本雅明所提到的收音机和电影等，在如今看来，不过是电视、互联网等更为先进的传播媒介出现的前奏。麦克唐纳(Dwight Macdonald)在1944年发表的《大众文化理论》中将广播、电影、卡通、侦探小说、科

^① [英] 雷蒙·威廉斯：《文化分析》，赵国新译，见罗钢、刘象愚主编《文化研究读本》，中国社会科学出版社2000年版，第125页。

幻小说和电视都归于大众文化。罗兰·巴特（Roland Barthes）的《神话——大众文化诠释》，收入的文章广泛涉及角力、玩具、广告、占星术、婚姻之类日常生活中的大众文化。而随着时代、科技的不断进步，更多新的大众文化现象出现了，如史蒂文·约翰逊（Steven Johnson）的《坏事变好事——大众文化让我们变得更聪明》在电视、电影之外还涉及了最新的电子游戏以及互联网等大众文化现象。引用一段话可作为概括：大众文化“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”^①。由于大众文化囊括的内容太多，约翰·斯道雷（John Storey）甚至指出：“……得出的主要论点就是大众文化实际上是一个空洞的概念范畴，根据它使用的范围，可以运用各种各样的方法给它注入各种不同的含义。”^②通过以上的分析可以看到，“大众文化”这个概念显然处于不断的生成变化之中，具有相当的开放性。它既可以指某种生活方式的整体，也可以指某种文化工业的产品。在中国同样是如此。国内有学者曾经对大众文化下了这样一个定义：“大众文化是以大众传播媒介为手段、按照商品市场规律运作的、旨在使大量普通市民获得感性愉悦的日常文化形态。”^③从总体上来说，学界都认同大众文化是在都市中发展、兴盛，以现代工业方式大批量生产、复制消费性文化商品，以满足大众的娱乐需求为旨归的文化形式。

① 伯尔洛克、特隆布莱编：《新丰塔那现代思想辞典》（*The New Fontana Dictionary of Modern Thought*），Harper Collins Publishers，1999年版，第666页。转引自陆杨、王毅：《文化研究导论》，复旦大学出版社2006年版，第276页。

② [英] 约翰·斯道雷：《文化理论与通俗文化导论》，杨竹山等译，南京大学出版社2001年版，第2页。

③ 陶东风、徐艳蕊：《当代中国的文化批评》，北京大学出版社2006年版，第73页。

其次，在关于大众文化的评判中，商品性毫无疑问地成为大众文化的属性之一，大众文化鲜明的消费特征因此也受到诸多评论家的诟病，自然也就包括大众文化文本为适应大众需求而采取的种种作法。例如匈牙利文艺理论家阿诺德·豪泽尔（Arnold Hauser）认为，“艺术生产和消费存在相互依赖的关系，这不仅因为‘我’在对‘你’说话，而且因为作品结构的形式和语言的内容从一开始就受制于传、受这两个主体的相互作用，作者的创作行为在受者态度的影响下总是处于不停顿的变化之中，而受者的反应在作品的影响下总是在进行调节”^①。这种相互依赖的关系不断发展，“随着16世纪产生的商业资本主义的固定化，另一种类型的大众文化出现了——娱乐者、艺术家、乐师和工匠为观众和消费者生产文化，对于他们而言，文化工作是一项生意”^②。而法兰克福学派的“批判理论”认为大众文化的制造与流行恰恰是艺术向商业屈服的结果，其商品属性和模式化造成了对审美价值的消解，是资产阶级愚昧大众、实现其精神统治的一种方式，所以霍克海默（M. Max Horkheimer）与阿多诺有“文化工业”一说。英国文化批评家阿兰·斯威伍德（Alan Swingewood）在其著作《大众文化的神话》中曾经援引了美国评论家麦克唐纳等人对大众文化的评价，指出依照定义所作的说明，这些观点实际上认为：“大众文化也就等同于某些文化标准的江河日下，传统的音乐、文学与艺术等领域的文化，水准无复可观，原因是所有的文化形式，已经完全被不当的作法吸蚀殆尽，不是供作生产者的利润，就是变作消费者娱乐与享受之用。”^③“文化标准的江河

① [匈] 阿诺德·豪泽尔：《艺术社会学》，居延安译编，学林出版社1987年版，第134页。

② [美] 约翰·R·霍尔、玛丽·乔·尼兹：《文化：社会学的视野》，周晓虹、徐彬译，商务印书馆2002年版，第140页。

③ [英] 阿兰·斯威伍德：《大众文化的神话》，冯建三译，生活·读书·新知三联书店2003年版，第133页。

日下”、在大众文化生产中“不当的作法”等等，这类观点事实上基本可以代表中国自20世纪90年代以来在大众文化研究中的精英主义与审美主义批判的主流。^①

在这种精英主义与审美主义批判的主流中，研究者基本上都自觉地将“文化标准”等同于精英文化乃至主流文化的审美标准，因此对于大众文化诸种文本呈现的与传统精英或是主流文本不一致的特征，基本上是采取了否定的态度。而建立在工业社会或后工业社会基础上的西方大众文化理论话语，必然与改革开放以来中国社会文化的发展现实存在着某种程度上的错位。^② 有研究者就指出：“霍克海默和阿多诺关于大众文化的论述是在批判极权主义的特殊语境中展开的，因此与之相关的结论一般来讲并不具有揭示大众文化性质和意义的普遍规律，更不宜用来理解和

① 相关文章可参阅陶东风《欲望与沉沦——当代大众文化批判》（《文艺争鸣》1993，6）、张汝伦《论大众文化》（《复旦学报》社科版1994，3）、周宪《大众文化的时代与想象力的衰落》（《文艺理论研究》1994，2）、金元浦《试论当代的“文化工业”》（《文艺理论研究》1994，2）、尹鸿《为人文精神守望：当代中国大众文化批评导论》（《天津社会科学》1996，2）、童庆炳《人文精神：为大众文化引航》（《文艺理论研究》2001，3）等。

② 关于这一观念在国内学界的确立，实际上经历了一个渐进的过程。在20世纪90年代中后期的研究文章中就有学者注意到了西方理论话语在中国大众文化研究中的适用性问题，如陶东风在《超越历史主义与道德主义的二元对立——论对待大众文化的第三种立场》（《上海文化》1996，3）中就指出，运用法兰克福学派理论来研究中国大众文化存在着历史的错位，适用性有限；又比如《上海文学》1998年第1期组织的关于“大众文化与大众文化批评”的讨论的几篇文章都谈到了用西方话语来论断中国大众文化很难触及中国大众文化的实质性的问题。还有祖朝志在《对大众文化批判的批判》（《社会科学》1998，4）中指出了用精英文化的审美原则和法兰克福学派理论来研究中国大众文化存在着时间、空间上的错位……在2000年之后的研究文章中这一观念成为学界共识并且得到了更加深入的探讨。