

谢少波 著

另类立场

Alternative Position

文化批判与批判文化

南京大学出版社

另类立场

Alternative Position

文化批判与批判文化

谢少波 著 赵国新 陈丽 译

南京大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

另类立场:文化批判与批判文化/谢少波著;赵国新,陈丽译.

南京:南京大学出版社,2009.6

(当代学术与批评)

ISBN 978-7-305-05692-5

I. 另… II. ①谢…②赵…③陈… III. 文化理论—文集
研究 IV. G0-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 083580 号

出版者 南京大学出版社

社址 南京市汉口路 22 号

网址 <http://njupco.com>

出版人 左健

丛书名 当代学术与批评

书名 另类立场:文化批判与批判文化

著者 谢少波

译者 赵国新 陈丽

责任编辑 杨全强 李雪梅

照排 南京紫藤制版印务中心

印刷 扬州鑫华印刷有限公司

开本 635×965 1/16 印张 20.5 字数 230 千

版次 2009 年 5 月第 1 版 2009 年 5 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-305-05692-5

定价 26.00 元

发行热线 025-83594756

电子邮箱 sales@njupco.com(销售部)

press@njupco.com(编辑部)

* 版权所有,侵权必究

* 凡购买南大版图书,如有印装质量问题,请与所购
图书销售部门联系调换

知识突围的道与理(代序)

韩少功

本科毕业以后,觉得自己英文太烂,我经常骑着脚踏车回母校去外语系旁听。其时谢少波先生正在那里执教,给过我不少方便,还定期为我私下辅导,是一位难得的良师益友。我们在杂乱破旧的教工宿舍楼里曾醉心于英文的诗歌与小说,共享湘江之滨一个文学梦。

稍感意外的是,他出国留学和工作以后,由文学而文化,由文化而历史与社会,成为了一个视野日益广阔的研究者和批评家,近年来更是活跃在国际学界,对一系列重大议题常有忠直发言,是全球性文化抗争中的一名狙击手和突击手,一位挑战各种意识形态主潮的思想义侠。

从眼下这本中文版论集来看,他出身于“后现代”师门,操持现代西方的语言学、解构主义、文化研究一类利器,擅长一套西洋学院派战法。但他以洋伐洋,入其内而出其外,以西学之长制西学之短,破解对象恰恰是西方中心主义,是全球资本主义体制下的话语霸权。对“现代性”语义裂变的精察,对西方特殊性冒作“普适性”的明辨,对不同品格“人文主义”的清理,对“新启蒙”与“新保守”暗中勾结的剖示,对跨国资本以差异化掩盖同质化的侦测……都无不是墨凝忧患,笔挟风雷,具有很强的现实针对性和思想杀伤力。

作为一位华裔学者,神州山河显然仍是他关切所在,是他笔下不时

绽现的襟怀与视野——这既给他提供了检验理论的参照，又拓展出一片创新理论的疆域。不难理解，他以多语种、多背景、多学科的杂交优势，穿行于中西之间，往返于异同两相，正在把更多的中国问题、中国经验、中国文化资源带入英语叙事，力图使十三亿人的千年变局获得恰当的理论显影，以消除西方学术盲区。这当然是一项极有意义又极有难度的工作。想想看，一个没有亚里士多德、基督教传统、殖民远征舰队的中国，在内忧外患中惊醒，一头撞入现代化与全球化的迷阵，不能不经历震痛和磨难——其难中之难，又莫过于陌生现实所需要的知识反应，莫过于循实求名。迄今为止的争争吵吵证明，中国是二十世纪以来最大的异数，最大的考题。无论是植根于欧美经验的西学话语，还是植根于农耕古史的国学话语，作跨时空的横移和竖移，恐都不足以描述当今中国，不足以诊断现实的疑难杂症。因此，援西入中也好，援中入西也好，都只是起点而非终点。像很多同道学人一样，少波十分明白这一条。他有时候多面迎敌，一手敢下几盘棋，不过是在杂交中合成，在合成中创新，正在投入又一次思想革命的艰难孕育。

在本书的一篇文章里，他谈到庄子及其他中国先贤在理论中的“模糊性、歧义性、不确定性”，这涉及中国传统哲学的特点，也涉及知识生产的基本机制。其实，中国老百姓常说“道理”，“道”与“理”却有大不同。道是模糊的，理是清晰的；道是理之体，理是道之用。若借孔子一言，道便是“上达”之物，理只是“下学”之物——下学而上达，方构成知识成长的完整过程（见《论语·宪问》）。可惜的是，很多学人仍囿于逻各斯主义式的旧习，重理而轻道，或以理代道。特别是在当前文本高产知识爆炸的时代，一批批概念和逻辑的高手，最可能在话语征伐中陷入无谓的自得或苦恼。他们也许不明白，离开了价值观的灵魂，离开了大众实践的活血，离开了对多样和多变世界的总体把握，离开了对知识本身的适时信任和适时怀疑，在一些具体义理上圆说了如何？不能圆说

又如何?在纸面上折腾得像样了如何?折腾得不像样又如何?历史上的各种流行伪学,其失误常常并不在于它们不能言之成“理”,而在于它们迷失了为学之“道”,在大关切、大方法、大方向上盲人瞎马。比如作者在本书中谈到的“他者”之说——在成为一个概念与逻辑的问题之前,它更像是一个价值观的问题吧?若无一种善待众生的宏愿与远瞻,相关学者的细察、深思、灵感、积学等从何而来?

正是在这个意义上,与其说我敬重谢少波先生的思辨之理,不如说我更推崇他的为学之道;与其说我欣悦于他做了什么,不如说我更欣悦于他为什么会这样做,为什么能这样做。

在一个大危机、大震荡、大重组日益逼近的当下,他也许做得了很多,也许做不了太多,这都并不要紧。但他与世界各国诸多同道共同发起的知识突围,他们的正义追求和智能再解放,已经让我听到了希望的集结号,看到了全球文明新的彼岸正在前面缓缓升起。

2008年8月

目 录

知识突围的道与理(代序) / 韩少功

1

全球化与中国

资本主义全球化与文化批判

3

移位、分化、差异——全球化与文化空间和中国的复制

13

这个世界已去中心化了吗?——后殖民主义视角下的全球化

31

现代性的焦虑——当代中国全球化具象的符号学分析

54

现代性反思

重构中国现代性历程

73

詹明信的毛泽东情结

89

全球化与中国——试论另类现代性

105

“我们的现代性”——中国与新社会主义构想

114

移位、转换、杂合:翻译与中国现代性

120

后殖民批判

后殖民主义问题再思考

145

文化他者与差异话语

161

霍米·巴巴与边界透视	174
再记忆、再书写、再表义——从边缘崛起的加拿大华裔文学	184
后殖民主义的缘起和走向	200
另一种叙说：解构新殖民主义	210

解读与解构

超越边界的写作——庄子的他者伦理学	221
艾略特：荒原的讽喻家	233
凯莱布·威廉斯：解构者的悲剧	252
小说《帕梅拉》的三重对立结构	268
德里达与庄子：两种解构话语比较	282

参考文献

297

译后记

313

全球化与中国

资本主义全球化与文化批判

“资本主义全球化”和“文化批判”这两个概念各自都要求作者做出解释，它们的并列关系还隐涉到一个悖论。首先，资本主义全球化是一个不争的经验事实，还是一个来自某种视角的观察？资本主义全球化有哪些特征？它给个人与社会带来了什么样的冲击和后果？文化批判的一般定义和它在资本全球扩张时代的使命与职能是什么？如果说资本全球扩张的时代比以往任何时代都更需要文化批判，同时又比任何时代都更拒绝文化批判，那么这种悖论对文化批判本身带来了什么样的挑战？应该怎样应对？我提出这些问题，并不意味着只存在这些问题，而是这些问题给我的思考提供了一个焦点和框架。

当下国内和海外最热门的话题莫过于“全球化”，然而对大多数人来说，全球化唤起的世界图像只是技术、文化、教育、意识形态、叙事、具象、习俗、人员、资源、商品的跨国界大流动，更有甚者，全球化仿佛是一个给个人与社会带来无限机遇和活力的历史过程，一次给人类许诺解放与幸福的革命，较少有人看到全球化背后的资本帝国，更遑论这个资本帝国包藏的杀机和危机。全球化的确是一个多层面的复合历史现象，资本主义全球化只是它的一个层面，但这是它的核心层面、主控层面，其他层面都是派生的。资本的扩张必然挑战和更新已有的生产、调控、管理和传播技术，由西方向全球辐射的资本流动必然引发西方文化

和消费主义意识形态、生活方式、价值观的全球辐射，还有跨国资本家阶级的形成。倘若没有无止境的资本扩张欲望，就不会有后现代技术革命，而没有后现代技术革命，资本主义全球化当然就不会有今天的规模和威风。但说来说去，全球化的缘起和目的都是资本扩张。

中国大大小小的县、市都有外资或中外合资企业，国家对外资的优惠政策和全面铺开的向私有化过渡的经济改革，使得西方资本和产品在中国畅通无阻，充斥整个市场。加入世贸以后，在中国的货币和产品合法进入国际市场流通的同时，更让西方跨国资本、企业、产品以及金融机构大举入主中国。近年来，大批跨国公司纷纷将地区总部迁往中国。到目前为止，上海已有跨国公司地区总部近一百家，北京有五十家左右。1989年以前，世界大致分为两大阵营，社会主义阵营与资本主义阵营东西方画地而治。1989年苏联与东欧社会主义阵营崩溃以后，整个世界一窝蜂倒向西方资本主义，意识形态冷战结束，代之而起的是现代性浪潮。一时间一切都在现代性的大纛下进行，一切手段和策略都因现代性而获得合法性或正当性。为了追求以西方或美国为榜样的，以个人自由、议会制民主、物质富裕和高科技为表述特征的现代性，非西方国家，尤其是原第三世界国家，争相引进西方资本和技术。与此同时，西方各国在一百年后的今天再度以现代性的名义对非西方国家进行由跨国资本带动的全面渗透或入侵。不同的是，一百年前西方列强的入侵遭遇了顽强的抵抗，而今天这种入侵却是在两厢情愿中长驱直入。应该说，在所有原第三世界国家里，中国是全球化最大的基地或工厂。

不难看出，资本主义全球化并不是西方与非西方之间的双向平等互流，而是由西方主控的不对等交往。新近一项调查报告表明，世界500强企业里，有244家属美国，46家属日本，23家属德国，整个第三世界加起来才不过26家，仅占总数的5%。在资本超过860亿美元的

25家超级企业里,美国占了70%。100家最大公司中,61%属美国。其实说穿了,这个跨国资本帝国的最大中心是美国。无怪乎有人干脆称全球化为美国化。由西方国家(含日本)跨国公司和跨国资本主控的全球化实质上是西方国家对非西方国家的一次空前的经济和文化殖民,它使整个世界纳入了资本帝国的版图,使西方对非西方的经济剥削和政治、文化统治获得合法性。全球资本主义使亚洲、非洲、拉丁美洲大片大片的地区沦为由帝国中心控制的高劳动强度、高利润的制造业基地或加工厂和消费商品市场。资本主义的全球扩张不仅把先进的技术、资本主义生产方式和生产关系、管理经验和理论带到世界各地,而且把劳资对立、贫富分化、文化产业、消费主义意识形态、拜金主义等向全球扩散。正如弗雷德里克·詹明信和勒斯里·斯格莱尔所指出的,在全球资本主义时代,经济与文化互为表里,它们之间原有的划分已经消逝,因为“商品化同时也是审美化”(弗雷德里克·詹明信语)。资本主义全球化必然在全世界播撒消费主义文化和意识形态,重释和抽空文化传统,遏制或消解来自大众的抵抗。由好莱坞和其他西方媒体所渲染和鼓吹的西方生活方式在原第三世界人民的心目中制造了一个想象的西方,使他们幻想那里的一切都是优越美好的,诱唤他们争相模仿和复制西方的文化与空间,急不可耐地背弃或封存自身的文化和传统。到目前为止,世界上已有六千种语言消失,与此同时,英语却成了全球资本帝国的通用语言。说到底,西方化也好,美国化也好,资本主义全球化或经济文化殖民也好,其实质都是资本逻辑与晚期资本主义文化逻辑在宏观和微观层面上对世界的全面渗透。所谓宏观即指地球上的每个角落而言,微观则指人的情感、精神、无意识区域。我们对资本和资本帝国主义的抵抗和批判正缘于此。其实,在资本主义全球化的今天,资本主义、帝国主义、新殖民主义所指的是同一头多面怪物,而对他们各自发起的抵抗和批判也都指向同一个对象,那就是资本的暴力和

文化逻辑。

一切文化批判首先都是对当下某种霸权秩序或体系的抵抗。用康德的话来说,是从当下的主流思潮中退出,从当下流行的思想和文化的霸权话语中摆脱出来,不再听命于别人或外在的权威,而是用自己的头脑来思考和判断。换一种方式表述,文化批判在黑格尔和阿多诺那里是一种否定性行为或拒绝认同的行为。否定和拒绝认同是因为被否定或被拒绝认同的东西束缚或压抑了人的主体性。可以说批判意识和文化批判的出发点和终极关怀都是人性或主体的解放。古往今来所有对现行社会、道德、文化、政治秩序的抵抗或批判都源自对自由和解放的向往(尽管出于种种原因,自由和解放迄今未真正实现)。换言之,身体和精神的自由解放构成一切文化批判所依据的标准和原则。然而,在资本逻辑和资本文化逻辑主控社会和个人行为的时代,一切生产为了利润和资本扩张,一切有形的无形的、内在的外在的、精神的物质的、情感的审美的,一旦置入资本控制的社会空间就迅速转化为商品,个性和主体精神正遭遇深刻而不易言喻的束缚和压抑。不仅社会与文化面临危机,文化批判本身也陷入空前的危机,因为资本和资本的文化逻辑不但遏制批判的产生,而且能强有效地消解、抽空或软化批判行为。

资本主义全球化有三大文化策略:标准化、商品化、抽象化。标准化在英语里叫作 standardization,它的同义词有 unification(统一或单一化)和 homogenization(同质化)。由于美国是资本帝国的最大中心,从那里辐射出来的信息、技术、产品、资本超过其他任何地方,所以标准化也被称为美国化。标准化可以从空间语言和设计、商业服务及其管理、消费行为和生活习惯、影视音像文化、数码技术等方面来谈。譬如,上海浦东给人的感觉就像是纽约搬了家;中国各大中城市迅速崛起的摩天大厦、写字楼、星级宾馆、度假村、立交桥,都仿佛是西方的都市空间在中国的复制。至于诸如 Manhattan Garden, City Plaza, Park

View Tower, Global Village, Rich and Famous, Gold Land, Green Lake Garden 这样的西式高级公寓,以及 McDonald's, Pizza Hut, KFC, Starbucks, John Bull pub, Hum-Phry, BBC, Rise Paris 这样一些餐饮店和服装店简直像是从欧美都市空间里剪切出来,然后重新张贴、修改、嵌入中国空间里。更能体现标准化的是无处不在的广告牌。这些全球划一的商业广告,给人一种强烈的熟悉感。正是这些高大诱人、有审美特点的商业广告产生出一种零距离感和文化同质感。不论它们是促销进口产品的英文广告,还是促销中国产品的中文广告,无一不受跨国广告语法的支配,展现出形式和结构上的普世性。最彰显标准化的要数电脑程序和数码通讯。当亿万电脑、电视和手机用户面对屏幕,按标准规则标准操作时,他们不仅使用同样的技术和硬件,获取同样的信息,而且以同样的语言表述,以同样的方式思维,对各种事件不假思索地采取预设的统一观点。标准化是工业化时代批量生产和效率至上的产物,在后工业数码时代被无限延伸,无孔不入。从机器零件的使用、工具设备、建筑设计、空间组织、消费产品和消费方式、衣着打扮、履历表、求职信、求爱信、政府文件到面试程序和应对方式、外交仪式和礼节、基金申请、科研项目建议书、课堂组织和演说、会议发言和公共演讲等等,无一不正在或已经标准化。更有甚者,网上万需皆备,使整个世界形成一个无边无际的无原件标准复制网。标准化不仅删除个性和差异,使整个社会趋向同质和单一,而且能克隆标准的个性和差异。

后现代资本主义时代的标准化与西方启蒙理性一脉相承,二者都掏空事物的内在特征和人的主体性。正如霍克海默和阿多诺在《启蒙辩证法》中所指出的,“被操纵的集体所表现的单一性否定每一个单个人的个人:因为对于把不同个性绑在单一整体里的社会来说,个性是一种嘲笑”。在霍克海默和阿多诺的眼里,启蒙理性不加区分地“清理对

象”，夷平它们的特性和差异，在这样的时代，自由本身最终产生的是一群平庸之辈，这些平庸之辈就是黑格尔所指的启蒙的结果。霍克海默和阿多诺认为，西方的启蒙理性总是把千差万别的个人谐和统一在一个整体里，不给个性和个人主权留有空间。自由民主国家的文化产业通过压制个性而使社会与文化齐整划一，其成功不在以政治手段使社会齐整划一的法西斯之下。不同的是启蒙理性用软暴力使特殊性臣属普遍性，把不相等的事物强行等同。工具理性无视事物固有的特征，然而正是这些固有特征才使事物获得感性的、社会的、历史的特殊性。可以说，标准化和社会同质化是启蒙理性和欧洲工业革命的必然结果，在全球化时代被推向极致。

商品化是资本主义全球化另一基本策略。所谓商品化就是将原本不具商品属性的东西变成商品，注入交换价值。在资本横行的社会空间，一切迅速转化为商品，包括劳动产品、空间、时间、自然景观、文化资源、知识、教育、社会关系、权力、审美、具象、情感和感觉等。全球资本主义时代的商品化跟以前的商品化不同之处在于，今天文化与经济之间的界限已经消失。文化经济化、商品审美化的普遍走势使我们常常难以断定眼前发生的事件、行为或场景是经济行为还是文化现象，因为二者互为表里，难分难解。2004年，加拿大卡尔加里市火焰冰球队过五关斩六将，最终入围北美决赛。赛场门票增至三百加元一张，仍被抢购一空。街上的汽车都插上了火焰队队旗，冰球迷们更是竞相抢购火焰衫，一时间火焰运动衫满城销售，价格空前昂贵。冰球比赛在文化历史不算悠久的卡城，乃其市民文化生活的特色部分，但同时也是经济行为，是一次巨大的商机。冰球比赛、队员竞技、场内气氛、球迷们忘我激动的呼叫和火焰队队徽，都成了商业消费对象。与卡市相距三百公里的爱德蒙顿市有个号称世界最大的室内大商场，里面有数百家商店，各种服务娱乐设施，包括人造海滩、儿童乐园、水下潜艇、海底动物园、阳

光街道等,一应俱全,真不啻一个配套完备的度假世界。人们不仅在里面购物也在里面休闲度假。来往的顾客除本地人外多数来自美国、欧洲或日本等国。在爱城大商场里,经济与文化、购物与度假合二为一,时间与空间都转化为商品。又如我国海南岛最南端的南山,原本是一处清雅幽静之所,空气甜润新鲜,树木葱郁,更有茂林修竹,山泉怪石。凭山远眺,水天一色,清景无限,的确令人流连忘返。但仔细一瞧,感觉就变味了:每一个歇脚处都是商品和商业行为,寺庙和佛殿也成了商品场所,销售各种佛教文化商品。海上观音据说比纽约的自由女神还要高出两公分。可以说,整个南山佛教文化公园是文化商品化、商品审美化的有力见证。

可以说,资本主义的发展过程就是逐渐将一切转化为商品的过程。资本的欲望驱使人们在一切对象和关系中寻求商机,将它们点化为商品。几百年来,人类在欲望与自由、占有与尊严、本能与生命价值之间挣扎,表现出人格的自我分裂和自相矛盾,但一直或多或少地为情感、智慧、自为自主、原创、想象保留了一些不被资本逻辑渗透的空间。然而,席卷全球的跨国资本主义最终淹没了残剩的抵抗和非商品化空间,一如詹明信所说的,连自然与无意识这两个一直未被资本收服的世界,最终也在晚期资本主义及其文化逻辑面前俯首称臣。资本逻辑和商品化在吞噬了整个西方以后,又开始大举蚕食非西方,在那里复制资本欲望、商品逻辑以及由此而来的社会与个人的异化、冷漠、绝望和种种变态。

抽象化作为资本主义全球化的第三大文化策略与标准化和商品化密切相关。这里“抽象”一词既保留它的一般意义,又承载本文语境中的引申意义。所谓抽象作为概念思维的必要途径,指从不同事物中抽取本质而共有的属性,舍弃特殊的、非本质的属性。“抽象”在英语中的对等词是 abstract(并非完全等同),abstract 作为动词还有分离、除去