

# 文本 / 受众 / 体验

——约翰·菲斯克媒介文化研究

陆道夫 著



北京邮电大学出版社

BEIJING UNIVERSITY OF POSTS AND TELECOMMUNICATIONS PRESS

广东省社科基金“十一五”规划课题(06K06)

# 文本/受众/体验

---

——约翰·菲斯克媒介文化研究

◎陆道夫 著



北京邮电大学出版社  
BEIJING UNIVERSITY OF POSTS AND TELECOMMUNICATIONS PRESS

图书在版编目(CIP)数据

文本/受众/体验——约翰·菲斯克媒介文化研究  
/陆道夫著. —北京:北京邮电大学出版社. 2008. 12.

ISBN 978 - 7 - 5635 - 1730 - 5

I. 文… II. 陆… III. 约翰·菲斯克—媒介传播—文化—理论  
IV. G0

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 042965 号

书 名 文本/受众/体验——约翰·菲斯克媒介文化研究  
作 者 陆道夫  
责任编辑 陈露晓  
封面设计 翁静怡

---

出版发行 北京邮电大学出版社  
北京市海淀区西土城路 10 号  
邮政编码 100826  
经 销 各地新华书店  
印 刷 北京金特印刷有限责任公司  
版 次 2008 年 12 月第 1 版  
印 次 2008 年 12 月第 1 次印刷  
规 格 16 开(650mm×980mm)  
印 张 18·25 印张  
字 数 260 千字  
印 数 1000 册

---

定 价 28.00 元

## 内容提要

本书尝试考察约翰·菲斯克的媒介文化理论,并由此揭示其作为媒介文化研究的理论资源和研究路径的借鉴意义。全书运用文本分析、文化语境分析及个案分析相结合的方法,通过梳理、提炼、阐释菲斯克关于媒介文化的文本、受众和体验及其媒介文化研究方法论的基本观点,客观公正地评价菲斯克媒介文化理论的基本特质及学术价值。

全书主要章节及大致内容如下:

导论主要梳理菲斯克研究的国内外现状,试图界定媒介文化以及媒介文化的组成元素等诸多重要概念和问题,厘清菲斯克媒介文化理论的基本内核。在对菲斯克媒介文化理论概略考察的基础上,重点评价文本、受众、体验在菲斯克媒介文化理论中的重要作用。

第一章考察菲斯克媒介文化理论的生成语境。通过评价英国伯明翰学派的“文化研究”传统、结构主义和符号学、法国社会学、巴赫金的狂欢化等欧陆理论资源对菲斯克所起的影响,试图廓清菲斯克媒介文化理论在媒介研究进路中的地位,尤其是其在受众研究方面的理论建树。

第二章分析菲斯克媒介文化理论中的文本理论。媒介文本主要是指以电视文本为代表的大众文本,菲斯克视这种文本为“激活的文本”和“多层次的文本”,是与“作者式文本”(writerly text)相对的“生产者式文本”(producerly text),它具有互文性(intertextuality)、多义性(polysemy)的特质。菲斯克的文本理论尤为推崇受众在文本解读过程种的主体性、能动性和创造力。

第三章重点研究菲斯克媒介文化中的受众因素。菲斯克弘扬受众的能动性和游牧式的主体性,强调受众的亚文化认同,符号权力抵制,去中心的女性身份等,称颂大众文化媒介迷/粉丝(fans)的意义生产力,构建了独特的“生产性受众观”(the productive audience)。

第四章侧重研究菲斯克媒介文化理论中的体验论。菲斯克的媒介体验应该从媒介消费与媒介体验两个层面来考察。菲斯克把媒介体验分为“生产式”(productivity)快感体验和“躲避式”(evasion)快感体验两种。本章还尝试通过对菲斯克的媒介体验观、“奇观社会”和身份政治三者之间的复杂关联的探讨,揭示菲斯克媒介体验的审美维度。

第五章主要检讨菲斯克媒介文化理论所引发的方法论反思。菲斯克媒介文化理论偏重于媒介文本和媒介受众两大模块的研究,忽视了对媒介机构和媒介产业的研究。其研究方法也大多是以符号学和结构主义叙事学为主的阐释性研究,其理论方法体现出后现代媒介观的某些特征。菲斯克倡导一种渐进的、变革的文化平民主义。

结语认为,菲斯克的媒介文化理论提出了一系列有价值的命题,强调了媒介文本的多义性、开放性以及能动性受众的媒介体验,并将大众媒介视为民众与主流霸权之间从事文化对抗的一个重要场域,肯定了从属阶级在创造意义和快感过程中所拥有的符号权力,建构了一套以媒介文本为载体,以媒介受众为核心,以媒介体验为旨趣的媒介文化理论。菲斯克的这一媒介文化理论无疑能在方法论和研究立场上带给我们有益的启示。

# 目 录

---

## 导论 / 1

### 一、约翰·菲斯克研究现状 / 2

### 二、菲斯克及其媒介文化研究的基本面貌 / 13

### 三、本书的研究思路和创新点 / 18

## 第一章 菲斯克媒介文化理论的形成 / 29

### 一、菲斯克媒介文化研究的“理论旅行” / 30

### 二、菲斯克媒介文化研究的理论资源 / 31

### 三、传播学研究进路中的菲斯克媒介文化理论 / 57

## 第二章 文本:激活的文本与符号权力 / 76

### 一、媒介文本的三种模式 / 77

### 二、作者式文本与生产者式文本 / 84

### 三、互文性和相关性:媒介文本的特征 / 86

### 四、媒介文本的符号权力和社会功能 / 93

### 第三章 受众:能动性的主体建构 / 101

#### 一、能动性的受众:游牧式主体 / 102

#### 二、反抗与抵制:作为亚文化的受众 / 108

#### 三、女性受众:“看”与“被看” / 117

#### 四、媒介迷与生产力 / 128

### 第四章 体验:媒介奇观中的审美之维 / 152

#### 一、消费社会与媒介体验 / 154

#### 二、生产者式快感 / 168

#### 三、躲避式快感 / 174

#### 四、媒介奇观:身份认同与微观政治 / 193

### 第五章 菲斯克媒介文化理论的反思 / 213

#### 一、菲斯克媒介文化的研究路径 / 213

#### 二、菲斯克媒介文化研究的方法论反思 / 217

#### 三、后现代文化语境下的菲斯克 / 222

#### 四、文化平民主义:是不加批判的还是渐进变革的? / 229

### 结 语 / 246

#### 一、菲斯克媒介文化研究的方法论意义 / 246

#### 二、菲斯克及文化研究的中国意义 / 249

### 参考文献 / 252

#### 附录一 菲斯克学术简历 / 267

#### 附录二 菲斯克访谈纪要 / 269

#### 附录三 菲斯克与美国北卡纳罗拉大学师生的对话 / 276

#### 后 记 / 284

## 导 论



- 一、约翰·菲斯克研究现状
- 二、菲斯克及其媒介文化研究的基本面貌
- 三、本书的研究思路和创新点

约翰·菲斯克(或译约翰·费斯克)(John Fiske, 1939 - )是美国大众文化研究和媒介研究领域重要的理论家和实践者。在西方传播学、媒介文化和大众文化研究领域,几乎每一本关于文化研究和受众研究的著作都会提到菲斯克的名字。他的《解读电视》(*Reading Television*, 1987, 与 John Hartley 合著)、《电视文化》(*Television Culture*, 1987)、《理解大众文化》(*Understanding Popular Culture*, 1989)、《解读大众》(*Reading the Popular*, 1989)等8部著作以及数百篇有关大众文化、大众传播、媒介文化的研究论文常被大量引用,在欧美学术界占有举足轻重的地位。《理解大众文化》、《解读大众》和《电视文化》三部著作在美国、加拿大、英国和澳大利亚等大学里甚至被指定为研究生课程的必读教材。这些事实不仅表明了菲斯克在文化研究领域中的分量,同时也代表着他给文化研究范型带来的某种转变。

菲斯克继承并发展了以伯明翰学派(Birmingham School of Cultural Studies)为代表的英国文化研究的学术路径,他的传播研究延伸了英国文

化研究学派的思路,实现了“从媒体对受众做了什么”到“受众对媒体做了什么”的转变,即从单向影响研究转变为多元接受研究,在一定程度上改变了文化研究的刻板模式,开启了媒介文化研究的新路径。菲斯克的媒介文化研究向来富有个人的洞见卓识。关注受众的主动性、快感与符号抵制,提出了大众在日常生活文化实践中积极主动、创造性抵抗的观点,建构了一套在“文本——受众——体验”基础上衍生出来的以“权力——抵制——快感”为核心的媒介文化理论。

毋庸置疑,菲斯克在得到学界关注的同时也受到不少学者的激烈批评。在英国,菲斯克甚至被指责为是“不加批判的文化平民主义”(又译为“文化民粹主义”,cultural populism)和“新修正主义者”(the new revisionism)的代表(详见后文论述)。我们几乎可以毫不夸张地说,无论是在西方,还是在中国,菲斯克都称得上是一个毁誉参半的人物。在某种程度上,菲斯克几乎成了我们这个时代不可回避的文化症候,值得我们认真研究和反思。

## 一、约翰·菲斯克研究现状

国内的非斯克译介和研究,主要是从上世纪90年代开始的。1993年和1995年,菲斯克的《解读电视》和《传播符号学理论》先后在台湾翻译出版。<sup>[1]</sup>随后,大陆一些有影响的文化研究学者,如陶东风、陈晓明、赵斌以及旅美学者徐贲等或撰写论文,或在自己的学术著作中对菲斯克的大众文化理论加以评介或探讨。少数学者,如陈龙等,则从大众传播学的研究视角去研究菲斯克的电视文化理论。2001年,菲斯克关于大众文化研究的两部重要著作《理解大众文化》、《解读大众》分别由大陆的中央编译出版社和南京大学出版社翻译出版。2005年,商务印书馆又翻译出版了他的另外一部重要著作《电视文化》。这就使得国内学术界有了更多、更直接、更客观去了解、把握乃至研究菲斯克大众文化理论的机会,为国内正在勃兴的文化研究提供了一种新的理论资源和有效的参考坐标。

旅美学者徐贲是国内较早研究菲斯克的学者。1993年,他在《影视受众理论与大众文化批评》一文中重点评介了菲斯克关于大众文化文本

特征、社会功能和判断标准的理论。<sup>[2]</sup>徐贲认为,菲斯克对“文化”、“大众”、以及“大众文化”<sup>[3]</sup>的重新界定,体现出一种文化批判推动社会变革着眼的研究取向。菲斯克的理论在英国文化批判中体现出一种很有代表性的立场,这对于我们认识大众文化有着极其重要的意义。徐贲在向国内学界介绍菲斯克大众文化理论的同时,还提出了许多令人回味和值得思考的问题,具有前瞻的学术眼光和理论勇气,表现出他本人一以贯之的人文立场和批判姿态。正如他在文中所说得那样,菲斯克的理论“使得我们能够从大众文化,而不是从高雅文化中去设想和探索当前普遍社会改革所需要的启蒙和思想动力,它更能使我们把文化消费大众看成是社会变革的参与者和新的社会价值意义的共同的创造者,而不只是一群仰仗少数文化监护人去开启智慧的心盲之众。”

继旅美学者徐贲之后,国内新锐学者陶东风的论文《超越精英主义与悲观主义——论菲斯克的大众文化理论》对菲斯克作了详尽的介绍和分析<sup>[4]</sup>。陶东风主要针对90年代以来大陆学者简单机械地“搬用”法兰克福学派大众文化批评理论资源的倾向而评介菲斯克的。在他看来,90年代初期,中国大陆几乎所有批判大众文化的著作或文章都无一例外地直接引证或间接使用了法兰克福学派(Frankfurt School)的批判理论,以阿多诺的《文化工业:作为大众欺骗的启蒙》与《电视与大众文化模式》两篇论文<sup>[5]</sup>为最甚,与此同时,这些论述都未能够对法兰克福学派的理论资源在中国的适用性与结论的有效性进行过认真的质疑与反省。陶东风因而认为,国内学者简单、机械地“搬用”法兰克福学派理论导致两个不利的结果:一方面造成了中国本土的大众文化理论话语资源的贫乏薄弱,另一方面则给大众文化蒙上了许多所谓的负面元素,例如无深度、平面化、单一化、商业化、庸俗化、模式化、复制化以及麻痹性、欺骗性、消极性等。在这种学术背景和历史语境下,陶东风强调,介绍菲斯克的研究成果,尤其是他的大众文化理论,或许能够为国内的大众文化研究提供新的问题意识与审视角度。<sup>[6]</sup>

陶东风在文中试图从“有啥用啥的艺术”、<sup>[7]</sup>大众文化与日常生活、大众文化的政治功能三个方面去评价菲斯克的大众文化理论,应该说基本上把握住了菲斯克的理论命脉。当然,菲斯克理论的深度和广度远非

一篇论文所能完成的。因此,就某种意义上而言,陶东风也仅仅触及到菲斯克理论的一部分,即:大众文化的特性、意义和功能,特别是大众文化与支配性权力结构的关系,以及大众文化的潜在进步性。陶东风虽然把菲斯克的大众文化理论看成是超越精英主义与悲观主义的,但是,菲斯克理论为什么要做出这种超越?究竟在哪些方面有所超越?菲斯克理论超越到何种程度?等等,对于这些问题则需要作进一步的研究。

比较而言,陈晓明对菲斯克的大众文化理论则予以明确和肯定的评介。在《文化研究:后一后结构主义时代的来临》<sup>[8]</sup>一文中,陈晓明把菲斯克放在后现代批评的语境中来考察,并以法兰克福学派和英国伯明翰学派为参照系,高度评介了菲斯克的大众文化理论。在陈晓明看来,菲斯克的所有理论都贯穿一个宗旨,那就是始终把具有资本主义特征的文化生产的主导形式与消费者的积极创造意义区别开来。不仅如此,菲斯克重新理解并作为大众文化全力辩护的观点,菲斯克关于大众的能动抵制主流意识形态的权力控制和文化集权的看法,无疑都给大众文化弥漫着激烈抨击和消极悲观的双重态度的文本空间注入了新的活力,拓展了大众文化研究新视野和新领域。为此,陈晓明表示相信,作为一次对后现代文化主体的重塑,菲斯克的观点即使不是对现存事实的发现,至少也可以看成是对一种可能性的期望。

陈龙在其专著《在媒介与大众之间:电视文化论》中,辟出专门的一节来评介菲斯克的电视文化理论。<sup>[9]</sup>他把菲斯克放在当代西方电视文化理论思潮的批评语境中,以英国文化研究著名学者斯图尔特·霍尔(Stuart Hall)的“编码/解码”(encoding/decoding)理论为研究平台,重点分析评介了菲斯克的电视“多元释义论”(polysemy)。在陈龙看来,菲斯克作为“多元释义论”的主要倡导者,摈弃了长期以来电视文化中的意识形态分析方法,大力强调文本建构对于受众的解读空间的意义,主张电视文本的开放性、书写性和读者化的三者合一。按照陈龙的理解,菲斯克倡导的“多元释义论”主要采用后现代主义和后结构主义的媒介分析套路。这种分析套路认定,媒介意识已变成现实的一部分,这一所谓的“现实”有媒介幻象的性质,而媒介则制造虚幻的现实。实际上,在“模拟真实”的后现代,符号并不代表着什么,它们本身就是现实,因此,背后也就不必

依靠什么现实来支撑。总之,“多元释义论”是建立在“物质主义”的社会背景之上的,由于物质缺乏统一意识,所以,电视文化就没有统一的意识形态,因而表现出破碎性、异质性和混杂性等诸多特点。

客观地说,陈龙对菲斯克“多元释义论”的电视文化理论给予了较高的评价,显示了作者在传播学方面的理论素养。然而,令人遗憾的是,陈龙仅仅停留在理论层面去对菲斯克的“多元释义论”进行逻辑论证和学理阐释,而未能结合菲斯克对诸多电视文本和大众文本的实例解读去阐释、回答诸如此类的问题:电视受众为什么会在电视文本建构中具有能动性、主动性、积极性和创造性?怎样才能建立起受众的能动性、主动性、积极性和创造性?受众在开放的电视文本中究竟如何才能规避、抵制甚至反叛主流意识形态等等。我们则需要进一步加以探讨。

在国内为数不多的关于菲斯克大众文化理论的研究中,赵斌和赵勇的观点算得上是一种不同的批判声音。在《理解大众文化》的中文版导言中,<sup>[10]</sup>赵斌把菲斯克的理论看成是主观主义的文化能动论和“乐观的怀疑主义”。根据赵斌的看法,以菲斯克为代表的文化研究将奇异与通俗合二为一,把平民立场和媚俗混淆在一起,将浅陋、平面的分析掩藏在乐观的姿态背后,对流行的大众文化现象和大众文化消费进行琐碎的、单一的、不费力气的、就事论事的、狭隘主观的解读,并冠之以所谓的符号民主。赵斌认为,菲斯克在刻意强调平民的文化抵抗的积极意义的同时,恰恰忽略了西方晚期资本主义社会结构中依然普遍存在的政治经济上的极端不平等的事实。所以,菲斯克的盲目乐观是真,怀疑是假。赵斌因此而指责菲斯克对“日常的文化和物质消费进行花里胡哨的诠释,给平凡的琐事戴上一种奇异的符号学光环”,给广大的受众“提供了一种廉价的精神和理论安慰”,菲斯克用理论折衷的幌子去“掩饰他分析中严重倾斜或干脆一边倒的做法”,并“把符号解读拿来代替了社会学分析”,“放弃了严肃的社会学分析,将被分裂为能指和所指的符号拿来摆积木游戏,结果肯定是社会现象的严重误读”。

实际上,赵斌对菲斯克的看法其实早在其另一篇论文《小写的文化:英国早期的文化研究》中就已见端倪,<sup>[11]</sup>只不过当时没有指名道姓地批评菲斯克而已。在这篇论文中,她梳理了以斯图尔特·霍尔、雷蒙·威廉

斯(Raymond Williams),汤普森(E. P. Thompson)等为代表的英国19世纪50、60年代的文化研究传统,并在此基础上批判了19世纪90年代以来西方某些文化研究倡导者的理论偏向。在赵斌看来,他们在很大程度上背离了早期英国文化研究的政治立场和学术初衷,在过度注重意义解读、符号民主和象征性文化反抗的同时,忽略甚至遮掩了文化生产背后赤裸裸的资本主义政治经济关系,对经济剥削和政治压迫的批判因此而显得极其软弱无力。赵斌这篇论文给我们透露出的信息似乎是:文化研究既不应该过分强调文化的相对独立性,也不应该过于夸大媒体受众和文化消费者的自主权。所谓“大众的文化抵抗”只不过是文化研究中广为流传的一个神话,平民百姓在文化抵抗游击战中取得的胜利只不过是一个虚幻的安慰而已。看得出,赵斌从自己的社会学研究背景出发,认为上述的文化研究,无论理论上多么新潮,方法上多么缜密,其社会效果仍然是保守的,正如她所强调的:“符号学可以作为分析文化和社会现象的一种工具,但它不能代替政治经济分析,更不能对文化和社会现象提出严格意义上的历史诠释和批判”。

通过评介菲斯克两种电视的经济理论,陆扬一方面肯定菲斯克的理论主张和研究方法所具有的启发意义;另一方面则对菲斯克的文化 and 上层建筑概念的语焉不详有所质疑。在陆扬看来,菲斯克对“文化始终持有一种大众化的态度,这与学术界的高谈阔论,其研究和解释社会和文化的的方式与大众日常生活状况明显脱节的高高在上的学院作风形成鲜明对比。”<sup>[12]</sup>事实上,大众文化理论和现实之间的沟壑不是在缩小,相反是在日趋扩大。由此观之,菲斯克的文化研究就格外具有现实意义,至少它有助于学者参与缩小文化理论与实践之间的差距。菲斯克将大众传媒单独从文化和上层建筑中划分出来,避免跟其他上层建筑直接联系,这就导致大众文化研究与其他文化之间的脱节。陆扬相信,从这一角度来看,菲斯克的全部理论可以说就是建立在这种脱节的体系构想之上。菲斯克强调经济压迫和社会剥削现象,把大众文化解读成一整套抵制压迫的系统和手段,但作为其研究对象的“大众”之意义却不十分清楚。因为,后现代的“大众”大多数已经具有中产阶级的口味,他们跟菲斯克所构想的大众文化意义上那个被动的、社会下层的“大众”未必一定同出一辙。

赵勇以法兰克福学派的批判理论为基础,对菲斯克的大众文化理论给予了深入的分析和批判。在赵勇眼里,抵抗学说的发明者菲斯克是从抵抗和规避角度来重新考察和界定大众文化的。赵勇不无抑谕地指出,“虽然菲斯克能把大众文化解读得风情万种,但骨子里却透露出了某种无可奈何。在坚硬的资本主义体制面前,这种‘弱者的艺术’更容易让人联想到中国学者朱学勤的说法——‘在文化的脂肪上搔痒’”<sup>[13]</sup>赵勇进而将大众文化的研究分为三大类,即批判理论的视角、符号学的视角和文化研究的视角。他认为,菲斯克受符号学方法的影响,其理论具有符号学方法共有的优势和相同的缺陷,一方面可以揭示出包含在文化神话中的种种意识形态,把大众文化的所指或内涵揭示出来,让资产阶级的意识形态现出原形,开启了大众文化研究的新领域;但另一方面,由于对大众文化终止了价值判断而只动用了实例说明和符号学阐释,在赵勇看来,菲斯克用戏耍的、魅人的、充满享乐的写作方式来接近大众文化,其研究方法因此就有了严重的缺陷,即把大众文化放到非时间矩阵(atemporal matrix)中进行考察,其结果反倒是取消了历史辩证法(historical dialectics)的维度,而不使用“物化”之类的概念,这使菲斯克因此丧失了批判性分析的工具。

刘海龙也对菲斯克的大众文化观提出了六点质疑。他条分缕析地指出,菲斯克的大众文化研究有六个明显的转向<sup>[14]</sup>:即从大众文化到通俗文化,从“使用—满足研究”到受众研究,从文本解读到传播语境解读,从肯定文化到微观政治的进步文化。正是在这些转向中才暴露出菲斯克大众文化研究中存在的六大主要问题,主要表现为:第一,不加批判的民粹主义取向;第二,价值判断的缺失;第三,社会语境的不完整。尽管菲斯克提到了要对通俗文本流动的社会语境进行全面分析,但他对于社会语境的分析却十分有限。菲斯克虽然将“文化经济”与“金融经济”分割开来,但由于缺少经济与符号层面的全面分析,他的电视研究因而滑向了主观唯心主义。第四,两种权力不加区别的等同。在菲斯克的理论中,资本的权力与消费者的反抗划上了等号,而实际上,资本的力量要远远大于消费者的力量。消费者的有限反抗,对权力集团并没有造成实质上的打击。第五,理论与方法的脱节。菲斯克使用民族志<sup>[15]</sup>的电视研究方法,在实

际操作上并没有提供太多的可资借鉴的具体案例,菲斯克本人的分析大多也只是推己及人的文本分析。第六,前提理论的缺陷。菲斯克的理论,来源于葛兰西等西方马克思主义者,福柯等后现代主义者,还包括布迪厄,德塞图等人的理论,这些理论(详见本书第二章的阐释)多多少少都带有唯心主义与唯物文化论的色彩,这就使得菲斯克的大众文化分析过于偏重文化与主观感受,缺乏客观的唯物主义的批判。

自2004年之后,国内出现了一批以菲斯克,特别是以菲斯克大众文化理论为研究对象的硕士论文和少量博士论文,菲斯克研究逐渐成为了学术热点。<sup>[16]</sup>

从国外研究状况来看,菲斯克研究主要集中在大众文化和传播学方面。菲斯克的大众文化理论在西方既有一大批追随者,也不乏许多质疑者和批判者。对菲斯克加以推崇的学者主要有:麦奎尔,约翰·哈特莱,格拉姆·特纳等学者。

传播学大师麦奎尔(D. McQuail)把菲斯克看成是努力为大众文化辩护“最雄辩、最有说服力的人之一。是大众文化的救赎者。”<sup>[17]</sup>麦奎尔对菲斯克所称的“意义与快感”(meaning and pleasure)的主动受众观和“受众符号权力”(semiotic power)都予以高度的评价和肯定。

菲斯克的早期合作者,现为澳大利亚著名文化学者的约翰·哈特莱(John Hartley)则强调菲斯克对美国文化研究的影响。哈特莱认为,在上世纪80、90年代美国文化研究的“意识形态转换”中,菲斯克称得上是第一个将学院派文化研究“大众化”的学者。<sup>[18]</sup>

澳大利亚学者格拉姆·特纳(Graeme Turner)则称赞,菲斯克的主要著作《解读电视》以符号学、结构主义为主的文本分析(semiotic and structuralist textual analysis)对英国当时的电视文化研究起到了推波助澜的作用。菲斯克把这种新的研究方法带给了新的受众和新的研究者。菲斯克及其合作者发展出一种“偏好阅读”(the preferred reading)概念的批判。<sup>[19]</sup>

总的来看,西方学者对菲斯克及其大众文化理论和媒介文化理论的评价以批判声音居多。菲斯克常被人指责是“快乐的后现代主义理论家”,“不加批判的文化平民主义者”,“乐观的怀疑主义者”等。对菲斯克

的批判和质疑主要聚焦在他对待大众文化的态度、研究方法和受众至上等三个方面。

在对菲斯克理论提出质疑和批判的西方学者中,以吉姆·麦圭根(Jim McGuigan),尼克·史蒂文森(Nick Stevenson),道格拉斯·凯尔纳(Douglas Kellner)以及F. R. 詹姆逊(Fredric R Jameson,或译杰姆逊)等最具有代表性。

麦圭根指责菲斯克是一位向不加批判的文化平民主义(cultural populism)转变的典型人物。<sup>[20]</sup>在麦圭根看来,菲斯克的理论立场一方面使得英国文化研究的批判能力大为减弱,另一方面则使现代文化研究中的大众文化研究处于范式危机(a paradigm crisis)的焦虑之中。按照麦圭根的界定,文化平民主义只对大众消费及其相应的大众文本给予过多的关注和不加批判的褒扬,其结果是大大高估了消费者的力量,不断地牺牲了经济和技术的决定力量,把文化研究简化为冲突对抗的消费解释模式。麦圭根称之为文化研究中的“新修正主义”(the new revisionism)阶段,菲斯克显然是这一阶段的典型代表。麦圭根以完全不同的方式去解读菲斯克的大众文化抵制观。麦圭根强调,正是文化领域中一个奇怪的“主流”概念将这种抵限制定在所谓高雅文化或主流文化的官方领域内,这种文化抵抗根本就不能够被理解成一系列更具主流性的以市场为基础理的文化现象。为此,麦圭根大力鼓吹应该采用文化政治经济学(the political economy of culture)的研究方法对大众文化进行分析,以寻求把人世间的反应变化与了解在经济体制中的整体位置联系起来。如果象菲斯克那样一味强调市场和生产对大众文化的作用和意义,那就会削弱甚至减少受众的消费主权,从而淡化甚至忽略大众文化消费的作用和力量。(本书第五章有详细分析)。

与麦圭根的指责和批评相比,英国文化研究学者尼克·史蒂文森在《认识媒介文化》一书中对菲斯克的质疑就令人信服许多。史蒂文森在充分肯定菲斯克大众文化理论主要优点的同时,分别就菲斯克对麦克娜现象、电视肥皂剧、通俗小报等大众文本的解读提出了多方面的质疑,<sup>[21]</sup>主要表现为:其一,菲斯克并没有对文化接受的象征形式的制度化结构给以足够的关注。由于缺乏体制方面的视点,菲斯克所漠视的是物质而不

是受众中的象征性区别。其二,菲斯克始终将大众意识形态解读为一种抵抗形式,以此来排斥意识形态理论的可能性,过分重视狭窄的文化实践层面。菲斯克将大众文化视为抵抗的场所而不是支配之地。实际情况是,民众们自己的文化实践远远比不上权力集团的文化实践,菲斯克对此显然认识不足,低估了这种可能性。其三,菲斯克对大众文化内容和知识的储备是不充分的,因为他未能根据自己在符号学方面的背景,对大众文本的各种内部结构进行挖掘,相反,他仅仅是单向度地去解读这些结构。实际上,菲斯克对大众文本很少有持久性的分析,每每都带有较强的印象主义观点,这就难免使人们不得不对其大众文化研究的某些观点产生怀疑。第四,尽管菲斯克为了取代严肃性和他择性的报刊,而提倡一种在政治上更加多样化的大众文本系列,但他对通俗小报的分析缺乏实际内容的具体调查。第五,史蒂文森质疑了菲斯克对符号抵抗观念的一些假定。断言,菲斯克常常以自己对文本的体验来取代受众对文本的感受。

美国学者道格拉斯·凯尔纳和英国学者大卫·莫雷分别对菲斯克“受众快乐至上”的主张和研究方法提出了批评。凯尔纳认为,菲斯克的媒介文化研究中有一种“膜拜受众”和“膜拜抵制”的危险倾向。菲斯克着眼于文本/受众的做法遗漏了许多干预因素,譬如分析文本是如何在政治经济的语境和文化生产的体系下制作的,分析一系列的社会体制、实践和意识形态等是怎样塑造受众及其主体性的。凯尔纳相信,菲斯克从对文本及其产生的语境的强调转向了对受众和接受的强调,这在某些情况下导致了新的“教条主义”。菲斯克在没有划分受众类型和形态的情况下就对抵制本身大加赞美,这其实是一种“膜拜抵制”的倾向。事实上,菲斯克在其对《虎胆龙威》、《第一滴血》和《终结者》等好莱坞电影的分析中所界定的抵制根本就算不上是抵制,相反,恰恰是陈陈相因地复制了一种来自暴力的快感,是一种消灭了那些被看作是“坏蛋”者的暴力。质言之,受众学会了在从观看“浑蛋们”被狠狠铲除的过程中得到了快感,他们快乐地回应了那些在电影中与所谓的“好人”或无辜的受害者作对的“坏人”的暴力行为,于是就有了一种通常意义上的“善”“恶”约定的颠倒。然而,被菲斯克确定为“抵制”的受众反应,却只是对预先设定了的好莱坞机制的一种官能反应而已,这一机制是在铲除那些“坏蛋”的暴力