

大众文化导论

(第二版)

王一川 主编



高等教育出版社

大众文化导论

(第二版)

王一川 主编



高等教育出版社

内容提要

本书初版是国内具有开拓性特色的高校大众文化导论教材,此次作了新的修订。编者运用辩证分析视角,借鉴国内外新的学术成果,对大众文化理论与批评作了全面而系统的讲解,涉及大众文化观念、大众文化素养、电影文化、电视文化、网络文化、流行音乐、通俗文学、视觉文化、广告文化、时尚文化、青年亚文化等大众文化现象及理论问题,阐述了对于大众文化现象的一种独特观察。

全书观点新颖,论述细致,个案分析具体,表述流畅,适合于中等以上文化程度读者阅读。可以用做高校通识教育或文化素质课程教材,也可供其他大众文化研究及爱好者参考。

图书在版编目(CIP)数据

大众文化导论/王一川主编. —2版. —北京:高等教育出版社,2009.9
ISBN 978-7-04-026656-6

I. 大… II. 王… III. 文化-研究 IV. G112

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 158265 号

出版发行 高等教育出版社
社 址 北京市西城区德外大街 4 号
邮政编码 100120
总 机 010-58581000

经 销 蓝色畅想图书发行有限公司
印 刷 北京机工印刷厂

购书热线 010-58581118
咨询电话 400-810-0598
网 址 <http://www.hep.edu.cn>
<http://www.hep.com.cn>
网上订购 <http://www.landaco.com>
<http://www.landaco.com.cn>
畅想教育 <http://www.widedu.com>

开 本 787×960 1/16
印 张 14.75
字 数 270 000

版 次 2004 年 4 月第 1 版
2009 年 9 月第 2 版
印 次 2009 年 9 月第 1 次印刷
定 价 16.30 元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换。

版权所有 侵权必究

物料号 26656-00

修订版前言

本书第一版发行已五年,现根据高校大众文化课程教学的新需要,做必要的修订。这次修订的指导思想,是运用马克思主义原理分析和讲解大众文化现象,帮助大学生从学理角度认知大众文化,为进而开展中国大众文化研究奠定素养基础。

这次修订,保留了第一版“主编的话”中提出的编写原则,如由大而全向特色化转变、从体系化向个案分析转变、从理论型向理论—实践型转变等,以及总体上的体例设计。这些在教学实践中都被证明是合理的,自然应当沿用下来,继续成为教材的支撑构架。

这次修订的主要任务,首先是适当更新内容,吸纳近五年来学界大众文化研究的新成果。其次,更换部分实例或个案,加强对新近现象的分析,帮助大学生了解近期大众文化现象。再次就是约略精简理论阐述,更加注意表述语言的通俗和浅显,对大众文化保持一种辩证分析的眼光。

这样做,是要适应大学本专科通识教育课程的教学需求,尽可能顾及不同专业大学生、特别是理工科大学生的课程修读实际。考虑到目前使用本教材的多为“80后”及“90后”大学生,因而针对他们的生存体验和接受实际做些调整是必要的。

随着大众文化在文化中的作用愈益鲜明和突出,它所造成的社会影响愈加显著,加强大学生乃至普通国民的大众文化素养培育也就变得十分重要而迫切了。这也是此次修订要强调的一个重要方面。

具体来说,本书各章都做了程度不同的修改,特别是增加了新的较为鲜活的材料,压缩或合并了部分内容。第一章精简和合并了一些阐述,增加了有关国民大众文化素养的内容,并把结语中的部分表述融合进来。第二章更名为电影文化,突出电影文化的特征,增加对类型电影及我国近年电影个案的描述。第三章更名为电视文化,在加强电视文化特征描述的同时,增加“超级女声”、“百家讲坛”等新的电视个案分析及动画片分析。第四章重点增加对博客和网络文学现象的分析。第五章加入内地和台港澳地区流行音乐的交流与比较内容。第六章增加畅销书分析。第七章更名为视觉文化,精简了对视觉文化理论史梳理的内容而着重加强对视觉文化现象的分析。第八章补充了一些新的广告案例。第九章增加了时装内容。第十章更名为青年亚文化,对青年亚文化概念及其与主流

文化的关系做了进一步阐发。

我们在修订中越来越清晰地认识到,大众文化教学固然要对大学生讲解有关大众文化的基础知识,但这一过程本身其实也是大学生的大众文化素养的涵养过程。大学生的大众文化素养的涵养,应当既有利于他们作为普通个体或国民对大众文化的鉴别和享受,同时,也有利于他们作为知识分子或文化人面对大众文化展开积极的学理分析或批判。我相信,一种健康的富于活力的文化,必然需要健康的富于活力的大众文化研究和国民大众文化素养教育。本书希望在这方面尽我们的绵薄之力。

2009年2月11日于北京林萃西里

初版主编的话

当你翻开这本书,我们就应该已经成为了朋友,至少成为可以彼此平等对话的伙伴或友好争论的辩友。无论你年轻还是年长,也无论你是否同意我们的观点,只要你和我们对大众文化有着共同的探讨兴趣,那么就应该能找到彼此的一些共同点。在围绕大众文化而展开对话之前,有些问题咱们可以聊聊。

大众文化与文化大众 大众文化能进入我国高等学府讲堂吗?也就是说,大众文化可以上大学吗?无论是我编写这部专讲大众文化的高校教材,还是你作为大学生来阅读它,可能首先不得不应对这一问题。诚然,当前没有多少人会反对在学术上探索大众文化,但让它作为正式教材而直接进入高等学府讲堂,却是比较新鲜的事情。你可能会担心:听说大众文化这东西比较低俗啊,能行吗?我的看法是:能行!有什么不行的?理由并不复杂:大众文化已经成为我国公众日常生活必不可少的组成部分,而如果不认识大众文化,就无法完整地认识我们当下的生活状况。确实,大众文化可以进大学讲堂。第一,从大众文化的社会功能来看,这是出于当前我国社会文化与日常生活转型的需要。大众文化已成为文化的主潮,成为日常生活的重要部分,需要研究。第二,从大学教育看,这是要顺应我国当前高等教育的大众化转型的需要。高等教育的“大众化”时期,不再只是培养高层次理论型与研究型人才(高精尖),而是同时培养一大批兼具研究与应用素质的综合型人才,即培养具有综合应用素质的有文化的大众——“文化大众”。文化大众最熟悉、最需要认知日新月异的大众文化。认知大众文化就是认知文化大众自己。因为,许多大众文化形态往往最善于投合文化大众的需要。当然,另一方面,正由于文化大众与大众文化之间的距离很近很微妙,因而他们对它的冷峻的认知本身就是富有难度的,依赖于一种清醒的理智力量的激发。

探讨大众文化的主视角 探讨大众文化,不能没有特定的视角。大众文化是一种多维度现象,涉及经济、消费、市场、贸易、艺术、审美等领域。大众文化可以从不同视角去把握,如经济学、市场学、传播学、媒介学、社会学、人类学、政治学、心理学等。本教材拟以美学视角为主、综合其他视角,以美学为主导的跨学科方式去把握大众文化。美学往往要突出形象、具体和体验方式的重要性,是从具体审美活动中研究人的感性的活生生的整体形象的人文学科。它关

注人的感性的活生生的整体形象如何生成、维护和发展。^①而大众文化在这方面显示出强劲的活力和突出的问题,实在是美学研究的合适对象。

研究大众文化的新尝试 生活在当今中国、尤其是都市的人们,不管我们个人是否喜欢,都无法否认一个事实:大众文化的潮流正拨动着几乎每个市民的心弦,每日每时、潜移默化地影响甚至塑造人们的情感和思想。特别是年轻的大学生朋友,常常以敏感的心灵触摸大众文化的脉搏,承受到它的无所不在的重要影响。因此,在当前认识和阐释大众文化,实际上就成为认识和阐释人们自身的一个重要方面了。令人遗憾的是,对如此日常而又重要的大众文化,我国学术界长时间里对此却知之甚少:要么对其存在置若罔闻,要么一概视其为低俗物而严辞拒绝,要么仍旧沿用以往对高雅文化的分析手段笼统地观照,从而一再推迟真正意义上的探讨。

所幸的是,正像你可能已经看到的那样,近些年来已陆续有学者开始正眼打量大众文化了,出版了一系列著述加以研究,或者远赴西方采撷他山之石,尽管这些还远远跟不上大众文化本身的发展和演变节拍。同样值得注意的是,据我所知,我国高等教育界的许多同行,包括本书的一些作者、我在北京师范大学的同事们以及我本人,已经陆续尝试在高等学府中向大学生讲解、分析和批判大众文化了。^②我想这些应该为大众文化教材的编写提供了必要的条件。可以说,我们今天把大众文化研究写进大学生文化素质课程教材,既是认识和把握当下生活的迫切需要,又是相关研究臻于水到渠成境界的结果。

然而,尽管如此,老实说,把我们关于大众文化的初浅分析与讲解编写成高等学校通用教材,却是现有国内教材中尚未见到的,暂无先例可循,实是一次新的尝试。由于是新的尝试,我们就难免会遇到这样那样的难题。

如何讲解大众文化? 你如果是一位教师,可能更为关心如何讲解大众文化;而你若是一位大学生,显然更为关注如何了解并掌握它的有关知识。这其实道出了同一个问题:我们今天应当怎样认识和评价大众文化?这里不妨向你披露我的一种基本立场,就是:大众文化既非纯金也非纯垃圾,而是在垃圾中布撒着一些看得见或看不见的金屑,有待于人们以特殊的眼光去筛选、收集、熔铸。

大众文化现象那么丰富、复杂,在有限的篇幅和教材形式里如何讲解?编写这本教材,由于国内没有先行者,确实需要小心地摸索着前行,不敢有过高奢求。我的设想有这么几点:

^① 参见王一川主编的《美学与美育》,中央广播电视大学出版社2001年版,第1章有关论述。

^② 承蒙北京师范大学教务处支持,我从2003年2月起为全校本科生开设公共选修课“大众文化与美学”,选课的学生一次超过二百人。

第一,由大而全向特色化转变。过去二十年间的教材总想将所有的东西都讲到,古今中外,什么都要谈。这个出发点当初是很有针对性的,有助于在学位制度建立之初向学生全面普及学科知识,提升他们的学术水平。这种大而全的、突出专业化的教材建设任务在20世纪90年代已基本完成。但是,在我国高等教育已经和正在发生重大转型的今天,再继续沿袭这种大而全套路,就没必要了,而且会暴露出深重的弊端:面面俱到的教材缺少活力,创造的和应用的东西比较少,学生理解起来困难。我们现在更需要的是些特色化教材。特色化教材,就是体现独特的学术特色、学术独创性或在某一方面特别富于优势的教材。如果我写这种教材,是别人已经讲过的、讲得很透了的,那么我就不讲了;而别人没有讲到的我讲,别人讲得少的我多讲。突出的是学者个人或群体的独特学术风貌或问题特色。自己在哪方面有独到的体会,就可以多讲一些。我觉得这样的特色化教材是比较难得的,有利于激发教材的活力和学生的创造性,增强学生的想象力。就这本教材来讲,我们不求全面而求特色,就是不必追求把当代大众文化的所有东西都装进来,更不必把教材变成介绍西方大众文化理论与批评的专门园地,而是在简要地论述大众文化的内涵和理论状况的基础上,着重描述大众文化的几种主要形态。

第二,从体系化向个案分析转变。过去的教材主要追求体系化或系统性,寻求建构一套完整的知识、理论或学科体系。这是以体系为中心的教材编撰思路。不少教材出版机构往往是事先规定教材编写大纲,据此设计教材体例、目录和内容,尤其是章、节、目、点一应俱全,而且后来在编写中想改也不能改。我强烈地感到,这种体系化传统诚然起过一定作用,但到今天已经严重地束缚编写者的创造力并影响到教材的活力。按照事先分得十分详细的框架写下去,编写者怎么也逃脱不了体系的束缚,整个教材就仿佛成了某种理论体系的“填空”。如何更进一步做到深入浅出、具体、生动、注重实践性和操作性呢?这次我下定决心实施教材的非节化方案。也就是,敢于打破章、节、目、点的陈旧束缚,酌情把这一序列中的“节”去掉。我从十多年来的教材编写实践中发现,教材设“节”正是造成机械化、深奥难懂的一个重要原因。而只有把“节”去掉,教材各章的论述才能活起来。“章”下面不再有“节”而直接就是“点”。每一章有初略的理论概述,接下来就是具体的个案分析、问题讨论,最后再归纳一下。这样编写,由于用不着按照机械而固定的“体系”去阐释,就比较自由和开放,能更大限度地追求浅易或深入浅出,而更重要的是,学生接受起来会更容易。所以,我觉得“非节化”进程仿佛是自己的一个重大“发现”,一旦去掉“节”,我们的手脚就更自由了,天地就更宽了。“非节”之后天地宽。我痛感到教材编写要从体系化转变到个案分析。我把这个设想向高等教育出版社文科分社首席策划徐挥先生一提出来,很高兴能得到他的理解和采纳。取“节”而代之以,是灵活的论述、具体个案的

纵深分析和丰富现象的详细描述。这样做是想尽可能降低教材的理论难度和增强具体应用性、实践性。

第三,从理论型向理论—实践型转变。我的专业文学理论是非常讲究理论与实践结合的,然而现在我们的教材太讲究理论化了,太想“提升”学生,试图把他们一律培养成高层次的理论型或专业型人才。我想应该强调的是,像大学生文化素质类或本科通识课程类教材,应当毫不犹豫地抛弃不切实际的专门的理论性教材套路,转而寻求将理论与实践结合起来。让学生学点理论,主要是为了在增强他们的知识储备的同时,培养他们的实际应用与操作能力。应该让学生在具体的文本分析方面进步一些,拥有起码的文本分析能力,这也要求在教材与教学中做大量的个案分析。

本书体例 出于这些考虑,我们对教材体例做出了如下设计:第一章从总体上概述大众文化现象,后面的第二至第十章则依次讲述常见的大众文化形态,即电影、电视、网络文化、流行音乐、通俗文学、图像文化、广告文化、时尚文化和青春亚文化。在每一章中我们力求尽可能多地介绍具体的大众文化现象,让学生能够处处结合这些具体现象思考大众文化。每章结束后有本章小结,是希望帮助读者复习所讲述的要点。同时,我们列出了本书参考文献,把编写过程中所参考或征引的主要著述开列出来,既表示对原著者工作的尊重,也便于读者进一步自修。为了配合学生自修和教师讲授,我们编辑了电子课件光盘版随书赠送。同时,条件成熟的时候,还将通过高等教育出版社网站开展“大众文化导论”网络教学互动服务,欢迎你的参加。

灵活的难度选择 读者自学或阅读本书时,可以从自己的个人情况出发选择适当的难度或深度,可深可浅。有些问题感觉难度太大,不易理解,可以暂时搁置,不必强迫自己。有些问题刚开始时觉得困难不小,但其实只要敢于花工夫坚持下去,就会逐渐弄明白的。教师在教学过程中,也可以从学生的不同专业或程度出发,安排不同的教学难度,而不必强求一律。例如,按我个人的教学体会,面对只把大众文化作为业余的人文素质教育课程的理工科大学生,教师完全可以安排较多的欣赏和较少的理论讲解,甚至时间比例上可以达到大约七比三;而面对可以在大众文化与自己所学专业之间寻求联系的人文学科和社会科学专业的大学生,教师就可以适当加大理论分析的比重了。

就本书的总体难度而言,对理工科大学生来说,可能有些章节有点深。建议:一是在具体讲解、布置作业和复习考试时,都适当降低难度,暂且舍弃一些偏深的理论阐述部分,例如电影理论术语、图像文化概念及理论模式等;二是在具体教学实践中加大具体作品欣赏的比重;三是把选课时间从一年级推迟到二、三年级。总之,本书论述的东西诚然比较丰富,甚至有些地方也可以说比较深奥,但你完全可以根据不同的情况而选择不同的自学难度或教学策略。

轻松体验,快乐思考 说实在的,面向今天的文化大众去分析大众文化,千万不能过分在意理论分析的难度,而应注意根据学生的不同情况,让他们在对大众文化的体验或回味中去做自己可以选择的适度思考。适度思考,就是说他既可以以个人体验为主而仅仅做浅度或中度思考,也可以在体验的基础上力求作深度反思。我的主张是:轻松体验!快乐思考!当然要达到这一效果,还得付出努力。

由于我们能力有限、经验欠缺,这本教材还可能存在一些问题,敬请你批评指正。

2003年12月20日于北京志新居

目 录

第一章 大众文化概述	1
一、大众文化的文化性	1
二、大众文化界说	6
三、大众文化的特征	9
四、大众文化与大众媒介	14
五、大众文化中的多元互渗景观	20
六、大众文化研究与大众文化素养	22
第二章 电影文化	29
一、电影文化的特征与功能	29
二、电影语言与电影的发展	34
三、类型片简介	37
四、当代中国电影现状与电影批评	42
五、近年中国电影个案分析	49
第三章 电视文化	55
一、电视文化在西方	55
二、电视文化在中国	56
三、电视文化的特征	58
四、流行电视文化产品解析	67
五、流行电视栏目个案分析	70
第四章 网络文化	75
一、网络的产生和发展	75
二、网络文化及其特色	77
三、网络时代的艺术与审美	86
四、博客文化	88
五、网络文学	90
六、短信文学	92
第五章 流行音乐	97
一、中外流行音乐的历史	97
二、流行音乐的含义	100
三、流行音乐的实质、品质和特征	102

四、流行音乐媒介	110
五、大陆与台港澳地区流行音乐比较	116
第六章 通俗文学	119
一、通俗文学的含义与特征	119
二、通俗文学的类型	124
三、通俗文学的文化意义	127
四、通俗文学的媒体形态	130
五、畅销书及其个案	132
第七章 视觉文化	137
一、视觉文化的定义及兴起	137
二、视觉文化研究的演变	140
三、视觉化与视觉凸现性	144
四、影像场景与身份的多元认同性	148
五、视觉文化的全球/地方性	153
第八章 广告文化	158
一、广告文化的特征与功能	158
二、广告的形象	161
三、广告的编码	163
四、广告与艺术	166
五、广告中的性别与权力关系	169
六、广告文化个案分析	174
第九章 时尚文化	179
一、时尚文化的特征与功能	179
二、消费文化中的时尚文化	186
三、实践时尚的社会群体	190
四、时尚生活方式	192
五、理解时尚文化	194
第十章 青年亚文化	197
一、青年亚文化概说	197
二、青春感性冲动	200
三、青春偶像崇拜	206
四、都市文化模式	210
大众文化术语词典	214
初版后记	218
修订版后记	221

第一章

大众文化概述

置身在当今都市,公众每天都会与大众文化打交道:你伴随广播里的流行歌曲或电视早间新闻吃早点,出门遇上路边的广告美人对你微笑,那辆车厢外装饰有“感受心灵的天然牧场”广告的公共汽车把你送到学校、公司、商场或机关,而车厢内也张贴着五颜六色的广告标语,或者车载电视向你播映音乐电视和药品广告……到了晚上,丰富多彩的电视节目、富有诱惑力的网络游戏、图文并茂的报纸杂志或充满悬念的畅销书,都可能成为你夜晚消闲的伙伴。的确,大众文化,是当代公众天天都可能接触和体验的一种文化形态。然而,对它如何看待和评价,却常常产生争议或误解。例如,它是否就是指人民大众的文化?它与大众传媒有什么关系?它是文化吗?如果是,又有哪些特征?今天对它应当如何认识和研究?在分析具体的大众文化现象之前,这类带有一定普遍意义的问题是需要有所辨识的。

一、大众文化的文化性

大众文化是文化吗?问这个问题似乎有点多余:既然称之为大众文化,怎么能生出它是否是“文化”这一怪问题呢?其实,关于大众文化是否能够被称为文化,历来有争议。一种观点认为,大众文化是低俗的或庸俗的东西,哪里配称作文化!诗人纪弦的《偶感》(1947)早就提醒人们从事一种对于大众文化的严正思考:

如果是真正的黄金,
让他埋藏在垃圾堆中;
如果是纯粹的音乐,
让他沉默在流行歌里。

愈积愈高的垃圾堆,
即使永无清除的一天;
日新月异的流行歌,

纵然没有停歇的时候。

诗人以其特有的敏感和洞察力,体察到“日新月异的流行歌”在日常生活中的强大影响力,从而发出把“真正的黄金”毅然“埋藏在垃圾堆中”、让“纯粹的音乐”索性“沉默在流行歌里”的愤懑宣言。这位高雅文化的创造者对于以“流行歌”为代表的大众文化,当然可以表示个人的独特忧虑和拒绝姿态,而且他所提出的“清除”和“沉默”问题至今仍具有启迪价值,引人深思。不过,另一方面,他的上述宣言也确实可以提醒人们关注大众文化正强有力地影响生活,并引发来自高雅文化的相应的激烈抵抗这一事实。

尽管如此,问题还存在着:诸如纪弦所批评的“流行歌”之类大众文化,是否就不配称作“文化”呢?要回答这个问题,首先需要对“大众文化”一词中的文化概念加以必要的梳理。

当今许多青少年喜欢的漫画,如同流行歌曲一样,也是现代大众文化的形态之一。它在哪种意义上成为大众“文化”呢?在进入本文的论题之前,不妨先看一幅曾在百余年前产生过重要影响的现代漫画《时局图》,它描绘出地球模式下中国的特殊的地缘政治景观。它于1903年12月25日刊登在蔡元培等主编的《俄事警闻》上,据传系兴中会会员谢缵泰(1872—1937)参照西方的“瓜分图”修改或翻译而成:



这幅图上的熊、狗、蛤蟆、蛇、太阳、鸟分别代表当时图谋瓜分中国版图的列强俄、英、法、德、日、美。随后不久,伴随中国局势的新变化,这幅《时局图》又有了约略不同的新版本:



除继续用虎、熊、蛙、太阳、鹰分别代表英、俄、法、日、美列强外,还增添揭露清政府腐败的内容:三个人物中,手举铜钱的代表贪官;一个正寻欢作乐;还有一个昏昏似睡,手拉网绳,网中一人正念“之乎者也”,另一人在马旁练武,揭示清政府用科举考试等升官之途愚弄人民。这部作品运用公众一看便知的现代漫画手段,成功地描绘出国人当时所处的一幅令人触目惊心的地缘时局图景,目的是唤起国人对中国被帝国主义列强瓜分这一新现实的警醒。^①《时局图》是通过现代报纸《俄事警闻》而成批制作和发行的通俗美术作品,它以各阶层公众都能理解的通俗易懂方式,表现了知识分子对于国事的强烈愤慨与焦虑。正是借助这种通俗的机械印刷媒介,它在当时的社会公众中发生了广泛而深远的影响。由此看,这幅早期漫画应当属于严格意义上的大众文化作品。单就表现形式来看;它与纪弦批评的“流行歌”是没有什么两样的:借助现代大众媒介传播,内容通

^① 有关《时局图》的版本和作者,这里采纳王云红:《有关〈时局图〉的几个问题》(《历史教学》2005年第9期)中的考辨。

俗易懂,在社会公众中流行一时,产生强烈的影响。但另一方面,就社会效果来看,没有人能够怀疑这幅漫画在当时的积极的社会作用。那么,问题就来了:这种看来浅俗但又确有积极作用的大众文化,到底是在怎样的意义上成为文化的呢?对“文化”概念本身加以大体界说,就是必要的了。

文化(culture),在西文中最初指土地的开垦及植物的栽培,后来一般指对人的身体、精神特别是艺术和道德能力及天赋的培养,也指人类通过劳作创造的物质、精神和知识财富的总和。然而,进入20世纪以来,文化概念产生了新的含义和用法。按英国文化批评家雷蒙·威廉斯(Raymond Williams,1921—1988)的归纳,文化往往具有三种定义或内涵:第一,理想性定义,文化是指人类的完美理想状态。这实际上是概括了以19世纪英国学者阿诺德(Matthew Arnold,1822—1888)为代表的文化定义。在他看来,文化是这样一种过程或东西——“通过阅读、观察、思考等手段,得到当前世界上所能了解的最优秀的知识和思想,使我们能做到尽最大的可能接近事物之坚实的可行的规律,从而使我们的行动有根基,不至于那么混乱,使我们能达到比现在更全面的完美境界。”^①当我们说“这个人真没文化,居然做出这样没修养的事情来”之类的话时,往往是在这一意义上使用文化概念。第二,文献性定义,文化是指人类的理智性的和想象性的作品记录。这种文化概念的内涵要宽泛一些,凡是人类创造的理智的或想象的成果,如文学、绘画、雕塑、音乐、历史学、修辞、语言等都可以被称为文化。第三,社会性定义,文化是指有关人类的特定生活方式的描述。与前两种比较,这一文化概念的内涵就既狭窄又宽泛:狭窄是说,它并不试图概括所有的一般文化形态,而仅仅是指特定人类群体的文化;宽泛是指,对特定人类群体文化而言,它并不仅仅涉及这个群体中的完美知识或理智与想象作品那部分,而是扩展到这个群体的整个生活方式。这一点体现了威廉斯自己的独特倡导:文化是指特定的人类生活方式,同时,文化是日常的。由此出发,他为大众文化及其研究留下了一块合法性地盘。^②

美国文化批评家贝尔(Daniel Bell,1919—)则采取了略有不同的三分法:“我在书中使用的‘文化’一词,其含义略小于人类学涵盖一切‘生活方式’的宽大定义,又稍大于贵族传统对精妙形式和高雅艺术的狭窄限定。对我来说,文化本身正是为人类生命过程提供阐释系统,帮助他们对付生存困境的一种努力。”他的第一种文化是指“特定人类的生活方式”,这是人类学家提出的较为宽泛的文化,这大致相当于威廉斯的第三种文化概念。第二种文化概念是指阿诺德的

① [英]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147页。

② Raymond. Williams, *The Long Revolution*, London: Penguin, 1961, p. 57.

文化观,相当于威廉斯的第一种文化概念。他认为这两种文化概念都过于狭窄,转而宁愿采用德国哲学家卡西尔(Ernst Cassirer,1874—1945)的文化概念——文化是指由人类创造和运用的符号形式的领域,它主要处理人类生存的意义问题。^①

比较起来,卡西尔的文化概念确实具有更大的应用价值。它表明,文化是特定人类群体表达其生存意义的符号形式,包括神话、宗教、语言、历史、科学和艺术等形态。在卡西尔看来,人的本质是劳作,劳作的目的是创造符号以便表达人生的意义,所以文化就是人类的符号表意行为或系统。^②简言之,可以这样来界定文化:文化是人类的符号表意系统。也就是说,凡是人类的符号表意系统,无论是口传还是笔传、拟物还是摹心、高雅还是低俗、原始还是开化、兴盛还是衰落、稳定还是易变等,都可以被视为文化。

如果这个作为人类符号表意系统的文化概念能够成立,那么,像《时局图》这样的大众文化作品能否成为文化呢?如果按照阿诺德的“文化”界定,它显然远远够不上“当前世界上所能了解的最优秀的知识和思想”,所以不能被列入文化范畴。但是,如果按照卡西尔的“文化”界定,这幅漫画就足以升入文化殿堂了。漫画作为人类多种多样的符号表意系统之一,当然有理由成为文化,具体地说,成为文化中的艺术形态。大众文化作为人类符号表意系统的一部分,完全有理由被视为文化。其文化性就表现在它是一种人类符号表意系统,人类用它来表达生活的意义。

不过,卡西尔的文化概念还没有为大众文化设定合适的领域,即文化分层问题还悬而未决。美国文化批评家杰姆逊(Fredric Jameson)虽然也认为存在着三种文化定义,但在具体理解时与威廉斯和贝尔有同有异。其一,文化是指“个性的形成或个人的培养”,这大致对应于威廉斯的第一种和贝尔的第二种,即阿诺德代表的狭窄的贵族文化观。其二,文化是指与自然相对的“文明化了的人类所进行的一切活动”,属于人类学概念,这显然又与威廉斯的第三种和贝尔的第一种大体相同。其三,文化是指与贸易、金钱、工业和工作相对的“日常生活中的吟诗、绘画、看戏、看电影之类”娱乐活动。第三种文化概念尤其能体现后现代社会或消费社会的时代特点——文化是指以大众文化为主流的日常闲暇中的娱乐活动。这体现了杰姆逊的特殊立场和关注的焦点:后现代文化或消费文化其实就是以日常感性愉悦为主的大众文化^③。西方学者的论述自有其针对性,不能简单照搬,但这并不妨碍我们略加参照,借用来分析中国大众文化状况及其特点。

① [美]贝尔:《资本主义文化矛盾》,赵一凡等译,生活·读书·新知三联书店1989年版,第24、58页。

② [德]卡西尔:《人论》,甘阳译,上海译文出版社1985年版,第87页。

③ 杰姆逊:《后现代主义与文化理论》,唐小兵译,陕西师范大学出版社1986年版,第2~3页。