

前 言

在这本书里，我试图勾勒有关资本主义社会的大众文化（popular culture）理论。它与我的另一本书《解读大众》（*Reading the Popular*）同时出版。《解读大众》是一本论文集，它主要分析的是人们在生产自己的文化时所面对的一些关键场所与文本：从海滩到麦当娜，从电视新闻到西尔斯大厦（Sears Tower）。

《理解大众文化》是从“理论”到“解读”而《解读大众》则从“解读”到“理论”。每本书皆可自成一体，但我希望两本书都读的人能够发现：“解读”充实并质疑着“理论”，而“理论”深化并概括着“解读”。不过两本书并非相互倚赖，所以对“理论”或是对“分析”更感兴趣的读者，大可不必因偏重于某一本书而怅然若有所失。

作为学院中人，我领受到的好处之一是，“理论”可以四处旅行，只不过难免受时差影响罢了。结果十几年来，我有幸能够穿梭往来于英国、澳大利亚和美国。我的“游牧生活”时时露迹于这两本书当中，而我在不同国度的体验，却由一根共通的线索贯穿起来，那就是，我所熟悉的国家、我所书写的文化，都是白种

人、父权制、资本主义的国家与文化。诚然，每一种国家与文化，都以不同方式折射着日常生活的意识形态，而这也使生存其间、进行思考的行为显得有趣而迷人，但是相对而言，这些不同仅仅是表象的差异。

与本书相比，《解读大众》在地理的意义上更为特定而明确，因为“分析”当然要比“理论”更为紧密地联系着其社会语境。实际上我所运用的“理论”，其源泉来自欧洲——布迪厄 (Bourdieu)、德塞都 (De Certeau)、巴特 (Barthes)、霍尔 (Hall)、巴赫金 (Bakhtin) 是其思想的支点——不过我用这些欧洲理论来分析英语国家的大众文化。商城 (shopping malls)、内设投角子电视游戏机的游乐中心 (video arcades)、海滩、摩天大楼与麦当娜现象等，都是在美、澳两国流通其意义的，但我用欧洲人的眼光解读它们的。我的学术研究作为一种社会产物，同汽车生产者的产品没什么两样。文化研究的历史、我的学术生涯以及我个人的历史，皆相互交织 相互渗透 并将我“生产”为 20 世纪 80 年代末的一个发言者与写作者。熟悉我早期作品的读者，一定会在这两本书里发现回声。但我希望这回声足可以产生增强的效果，使它们不仅仅是简单的重复 [尽管我愿意承认，本书第四章的某一部分几乎是《电视文化》(*Television Culture* 费斯克 1987b) 的翻版]。

我本人的历史，以及我的同事、朋友、反对者、学生、老师以及其他人的多元化的声音，形成了一个资料库，而我劫掠了这些宝贵的资源，用来发言和写作。对这些资料的使用，我将负全部责任。没有它们，我将一无所成。此处我谨以感激之情，将这两本书献给所有作出贡献的人，而不管他们有多么不情愿，甚至是非常不情愿。这些人中的大多数，我无法道其名姓；而那些以他们的文字助我写作的人，会被直接列入参考资料；其他以各种不

同方式对本书有所贡献的人，我愿在此深致谢忱。

首先是 Unwin Hyman 出版公司的 Lisa Freeman 她的编辑技能与热情鼓励，是所有影响中最富决定意义的，她直接促成了本书的付梓，并为出版界与学术界之间恰切的关系会多么富有创造性，树立了典范。其他三位同道付出的时间、经验与洞见卓识，超出了我的期望——他们是 David Bordwell, Larry Grossberg 与 John Frow。予我帮助者还有 Graeme Turner, Jon Watts, Rick Maxwell, Mike Curtin, Henry Jenkins, Jule D'Acci, Lynn Spigel, Noel King, Bob Hodge, Tom Streeter, Jackie Byars, Bobby Allen, Jane Gaines, Susan Willis, Liz Ferrier 与 Ron Blaber。我在佩思 Perth 的秘书同事 Rae Kelly 以及在麦迪逊校区的 Evelyn Miller 与 Mary Dodge 对此书的贡献，与我的学术界同事一样多，在此我感谢她们令人愉快的专长。我希望这两本书会给所有以或此或彼的方式促成拙作生产的人以快乐，并渴望在未来的岁月中有更深挚的友谊与合作。

我也愿在此感谢允许我复制图片材料的那些人士与机构：Wrangler 牛仔裤, Zena 企业，以及《世界新闻周刊》(Weekly World News)。虽然我们竭尽全力，试图追溯每幅图例的来源，但仍有若干我们劳而无功。对此我们深致歉意，并随时乐于在后续的版本中声明致谢。

第1 章

牛仔美国

一天我询问我的 125 名学生，发现其中有 118 名穿着牛仔裤，而其他 7 人也有牛仔裤，只是那天碰巧没穿罢了。我不禁好奇，是否还有什么别的文化产品，如电影、电视、录音机、口红等等，能够如此流行？（T 恤衫虽然同样为许多人拥有，但穿的人却少得多。）学生群体在所有人口中也许不具代表性，但牛仔裤在同一年龄群的非学生当中，同样是广为流行的，而且在年龄较大的群体中，仅稍稍不那么普及罢了。所以，着手一本有关大众文化的书，从思考牛仔裤开始，是一种很好的方式。

让我们暂不考虑牛仔裤的功能问题。功能与文化几乎毫无干系，因为文化关注的是意义、快感、身份认同，而不是功效。当然，牛仔裤是一种极为实用的服饰，它舒适、耐用，有时也很便宜，并只需要“低度保养”(low maintenance)，可是劳动服也有这些特点。牛仔裤的功能性，是其得以流行的前提条件，却无法解释牛仔裤为什么流行。而且，它尤其没有解释牛仔裤几乎横切每一种我们所能想到的社会范畴的独一无二的能力：我们无法根据任何一种重要的社会范畴系统，譬如性别、阶级、种族、年龄、民族、宗教、教育等，来界定一个穿牛仔裤的人。我们大概可

以说，牛仔裤有两个主要的社会中心，其一是年青人，其二是蓝领阶层或工人阶级；但这两个中心应被视为符号学上的，而不是社会学上的。也就是说，它们是意义的中心，而非社会范畴的中心。于是一位人到中年的业务主管在星期天，穿着牛仔裤给自己郊外的草坪刈草时，他是把自己同青春活力（判断有别于办公桌，后者显然更属于中年人）以及劳动的神奇尊严联系起来——认为肉体的劳动在某种意义上要比有权有势更为可敬，这一信念根深蒂固于美国这个民族。他们的先辈拓荒者距现在仅几代之遥，而这一信念在有权有势者当中同样重要，且非同寻常地流传着。

我的学生，大多数是白人中产阶级，年青而且教养良好，他们不是整个人口的代表，因而，他们为自己的牛仔裤所生成的意义，也不能扩展到其他群体。但是，即便意义的生成与交流的过程所创造的意义不具有代表性，这一过程本身仍旧有代表意义。

我要求班上的学生简短回答一下，牛仔裤对他们意义何在；而他们的解释，在当时得到了广泛的讨论。这些讨论达成了一个相当一致的意义网络（这些意义围绕着一个新的中心）。这对一个同质性的群体来说，是不足为怪的。这些意义群之间，有时相互关联，有时相互抵牾，而且它们允许不同的学生以不同的方式反映符号网络，以在共享的坐标内生成自己的意义。

有一组意义，基本上是完整的共同体，否定着社会差异。牛仔裤被视为非正式的、无阶级的、不分男女的、且对城市与乡村都适用的；穿牛仔裤是一种自由的记号，即从社会范畴所强加的行为限制与身份认同的约束中解放出来。自由的是经常使用的形容词，通常与“自由地成为我自己”这一意义一起使用。

1988年3月20日《纽约时报》的一篇文章，援引一位心理学家的观点，指出牛仔裤“缺少差别”最终导致的不是成为自己

的自由，而是隐藏自己的自由。牛仔裤提供了一种有关日常性的表象，该表象使得穿牛仔裤者避免任何心绪或个人情感的表达——牛仔裤至少在心理学的意义上，是压抑性的。“自由”的这一反面意义，在我的学生中间并不明显，而且它似乎是精神分析学家的典型解释，因为该解释凸显个人于社会之上，凸显病态于常态之上。服饰通常更用来传达社会性的意义，而甚于表达个人的情感或心绪。

牛仔裤中社会差别的缺乏，使人有自由“成为自己”（我想，在异常的情况下，才是隐藏自己）。当然，它指出的一个明显的悖论是：渴望成为自己，反而致使某人穿戴着与他人相同的服装。这只是美国（以及西方）意识形态深层结构之悖论的一个具体例证罢了，而这一意识形态是：最广为接受的共同的价值观，是个人主义的价值观。渴望成为自己，并不意味着渴望与他人全然不同，毋宁说它渴望着将个人的差别，放置在对某一商品的共同使用当中。后文我们将会看到，虽然穿牛仔裤者之间存在着社会差异的符号，但这些符号在相互抵牾之际，并不会否定牛仔裤共有的那套整合的意义。

另一组意义则集中在体力劳动、强健耐劳（*ruggedness*）、活动力（*activity*）与发达的身体特征（*physicality*）上面。这些意义同样试图否定阶级差异：牛仔裤所暗示的身体的强健，容许这些中产阶级学生将自身与从体力劳动中精选出来的一组意义联系在一起（当然是体力劳动的尊严与生产能力，而不是它的从属地位与被剥削性）。牛仔裤能够承担美国工作伦理特定的阶级涵义。

牛仔裤的身体特征与强健耐劳的性质，不仅仅折射着工作本身，它们还承载着自然的本性（*naturalness*）与性征（*sexuality*）的涵义。自然的是个形容词，它几乎总是被用来表示自由的。与其他服装的正式性相比，牛仔裤的非正式性乃是

自然与文化、天然与人工、乡村与都市之间深层结构对立的一个具体例证或转换形式。身体是我们最自然的部位，所以，围绕牛仔裤的身体特征、青少年躯体的活力以及“自然的本性”，存在着一个宽松的意义群。这个意义群可以折射出力量、体力劳动和男人的体育表演（正如第四章所论，体育活动，使中产阶级认识到劳动赋予工人阶级的那种身体的矫健），也折射出女人的性征。当然，此类性别差异并不是根本的问题，但这些差异却是抢夺男性气质（masculinity）与女性气质（femininity）之控制权的战场。许多女性便参与了“同牛仔裤相关的身体特征更富于‘男性气质’”这一意义的构造，恰如许多男性参与了对某些更富“女性气质”的涵义的展示。

这些天然的／人为的以及身体的／非身体的意义，与其他意义一道，构造着与美国西部相关的一组意义群。牛仔裤与牛仔以及西部神话之间的关联，仍旧牢不可破。有助于使西部对这些 1980 年代的学生仍旧意味深长的那些意义，不仅仅是些众所周知的蕴涵（如自由、自然、粗犷和勤劳以及闲暇）还有进步与发展的观念，以及最为重要的意义——美国精神。正如西部边疆的开拓乃是美国历史上一个独特而明确的阶段一样，牛仔裤也被视为一种独特而明确的美国服装，这也许是美国对国际时装行业唯一的贡献。尽管西部神话很容易出口到美利坚之外，并易于被吸收到其他民族国家的大众文化中去，但它仍不失其美国精神，因此，它容许美国的价值观念与其他民族的大众意识融聚一处。类似的，牛仔裤实际上已被带入世界各国的大众文化当中，无论其地方性意义如何，它们总是会留下美国精神的痕迹。譬如在莫斯科，牛仔裤可以被当权者视为西方颓废的产物，但也可以由年青人穿着，作为一种反抗行为，或是作为反对社会服从的一个标志——这一组意义尽管与 1960 年代美国青年着

装的意义相符（当时的牛仔裤要比今天承载着更多的对抗意味），却判然有别于当今美国青年穿牛仔裤的意义。

倘若今日的牛仔裤想要表达对抗的涵义，甚至想要流露出一种社会抵抗的姿态，那么，它们需要以某种方式加以损毁才行——譬如扎染花色、不规则漂白或者特意搞破。如果说“完好无损”的牛仔裤所包含的是当代美国共享的意义，那么，将之损毁变形，便成为使自身与那些价值观念保持距离的一种方式。然而，这样一种保持距离的方式，并不是全然的弃绝。穿破牛仔裤的人所穿的毕竟还是牛仔裤，而不是那些身着橙黄色衣服的人所穿的那种袈裟一般的长袍。穿破牛仔裤是大众文化诸种典型矛盾的一个例证，即被抵抗的对象必然出现在抵抗行为本身当中。在社会内部，权力是沿着阶级、性别、种族的轴线，以及我们用来理解社会差异的其他范畴的轴线，不平等地进行分配的，而大众文化便在这样的社会中，处于深刻的矛盾状态。大众文化属于被支配者与弱势者的文化，因而始终带有权力关系的踪迹，以及宰制力量与臣服力量的印痕，而这些力量对我们的社会体制和社会体验是举足轻重的。同样，它也显露了对这些力量进行抵抗或逃避的踪迹：大众文化自相矛盾。

大众文化内部的矛盾所具有的重要性，将在本书第二、五两章进行更为详细的讨论，并贯穿全书的思考。而这里，我们不妨先讨论该矛盾的如下两个特点：第一，诚如我已经指出的，该矛盾所表达的内容既关乎宰制，也关乎臣服，既关乎权力，也关乎抵抗。因此，破牛仔裤所指涉的，既是一组宰制性的美国价值观念，也是对这些价值观念的某种抵抗。第二个特点是，该矛盾引发了符号的丰富性及多元性。它使得文本的读者或牛仔裤的穿着者，能同时分享该矛盾的两个特点，并赋予这些读者或穿着者以力量，使他们在这两个特点的游戏当中安顿自己，以符合他们

自己特定的文化旨趣。所以牛仔裤所承担的意义，既关乎共同的社区，亦关乎个人主义，既关乎单一的性征，亦关乎男性气质或女性气质。而牛仔裤在符号学层面的这种丰富性，意味着它们不可能只具有单一确定的涵义，而是成为种种潜在意义的资源库。

牛仔裤的厂商们显然深知此道，且有意从中谋求商业利润。他们的销售与广告策略，便有意瞄准特定的社会群体，从而使其产品在亚文化层面明确具体地折射出更多共通的涵义。因此一则有关利维斯 (Levi's) 501 系列的电视商业广告，便有这样一幅画面：三个年青人，显然贫困且来自被支配的阶级和 / 或种族，出现在破败的城街上。它给观者的印象，是对艰辛生活的承担，以及对吃苦耐劳精神的共享；蓝灰色的画面，亦令人想起牛仔裤的“蓝”、蓝领生活的“蓝”以及“蓝调歌曲”的“蓝”，后者作为一种文化形式，传达了被剥夺社会权利者的苦楚。广告所配的音乐，是受蓝调影响的短歌。然而与这些悲观意蕴相悖的，却是这样一系列视觉痕迹：牛仔风格，劳苦却成功的生活，在受约束的环境里创造出一点个人的自由或个人空间，以及在艰辛的生活中找到阳刚身份与共同体。该广告打上了精英式资本主义意识形态的明确印迹，告诉我们：一个人能够也应该走出艰苦的环境，取得个人的成功与身份；而这些收获，每个人都不该生而有之。

这一幅有关牛仔裤的意象，似乎与另一则广告推销的形象判然有别，后者是为利维斯 505 系列（图 1）而拍摄的：一位身着牛仔裤的女郎凝望天空，一群鸿雁缓缓高飞，排成“Levi's”的字形。该广告凸显了自由与自然的涵义，并将女性的性征与之联系起来。在这两则广告里，自由、自然与女性气质，直接相对于贫困、城市与男性气质，而利维斯牛仔裤则跨越此一对立，并将一方的涵义带给另一方。这样，城市中的青年人便可从他们的

牛仔裤上分享自由与自然，正如那位年青女郎能将围绕她的涵义带入都市生活，并相信这些涵义轻而易举便可适应都市环境一样。所有的意义最终都会互文式地交织起来——没有任何一个文本或任何一则广告，能单独承担牛仔裤的全部意义，因为这一文本 / 广告只能存在于种种文本之间的定义含混的文化空间中，而这些文本又会先于那些依赖该文本 / 广告、又对之有所贡献的那些文本。换言之，文本 / 广告只存在于文本与社会间不断的流通当中。虽然利维斯 501 与 505 两个系列的广告，具体说明了牛仔裤的这种互文性所具有的截然不同的涵义，但它们必然依赖这种互文性。因此，尽管有表面的差异，它们深层的符号结构却能被共享，因此穿某一种牛仔裤的人，多多少少会传达另一种牛仔裤的涵义。

如果说牛仔裤曾是一种普通的劳动布工装裤，那么现在它已完全不同了。同所有商品一样，牛仔裤被赋予种种品牌名字，它们彼此竞争，以占领特定的市场部门。厂商们试图识别出社会差异，然后在其产品中构造出相应的差异，于是社会差别与产品差别便相互测绘 (mapped)。广告便被用来赋予这些产品差异以意义，使得那些生活在广告所瞄准的社会结构中的人，意识到自己正在“被告知”，甚至在该产品中辨识出自己的社会身份认同与价值观念。501 与 505 系列不同的涵义（以及相应的市场部门），至少被广告宣传，同样也被牛仔裤本身的种种差别，精心创造出来。

随即，那些“名牌牛仔裤”(designer jeans)则对市场部门与社会差异这样说道：它们从那些共享的价值观念，也从自然中抽身出来，转而趋向文化及其复杂性。穿着“名牌牛仔裤”是一种区隔行为，是用一种在社会层面可以定位的口音，言说着一种共通的语言。它是在社会层面向高消费阶层的一种位移，是转向

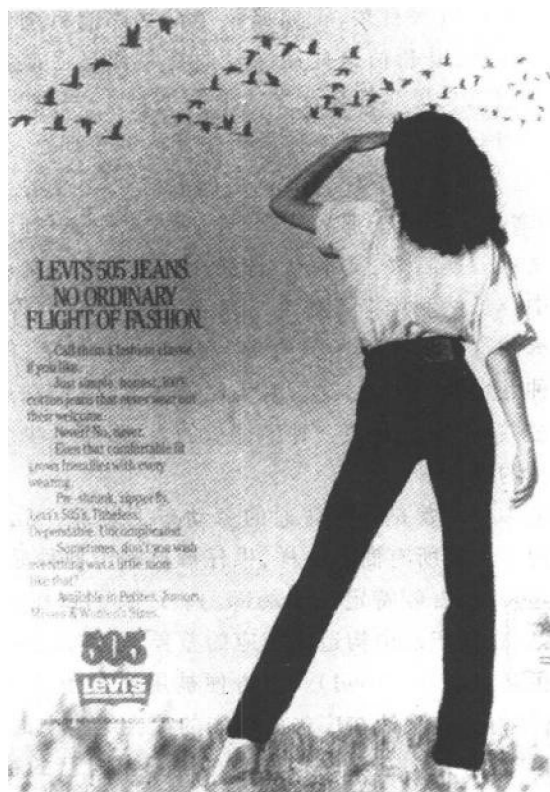


图 1 利维斯 505 系列凸显的不仅是时尚的“飞翔”，还是在时尚想像的飞翔之上的那一群鸿雁自然的、永恒的飞翔。505 系列的持久耐穿，是“永不改变、值得信赖、简明纯粹”等中心地带（heartland）价值观的物质（字面）对等物，而这些价值观受欢迎的程度，一如这些牛仔裤，永远不会穿破磨损，只会与“任何穿着都相得益彰”。这些价值观根植于过去，在物质与历史的意义上都位于穿着者的身后，不过她将带着这些价值观，一同走向未来，也就是她远眺中鸿雁飞往的地方。西部是过去，也是未来、自由、自然、传统之所在。

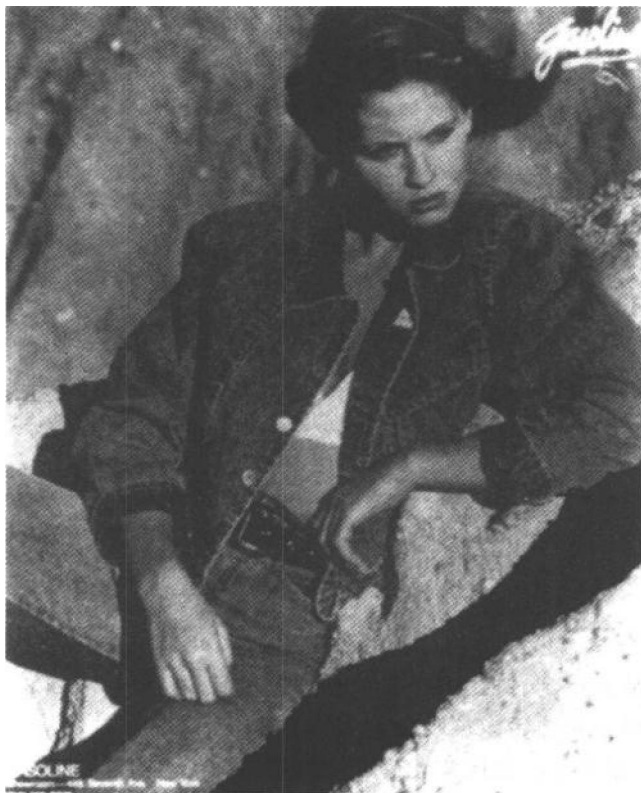


图2 然而对 Gasoline 牛仔装来说，西部的自然性却是力量的源泉。它坚固耐用，同时也悖论式地转变成模特的女性气质，以及第七大道展览室的精美高档。与利维斯的普遍性恰成鲜明对照的是，Gasoline 展览室的特殊性，不断出现在个人风格的摄影当中，不同于利维斯舒服、普通的无特色性。坚硬的岩石与耐磨的劳动布一道，使纽约生活的紧张以及纽约客的强硬变得自然化。现代社会的精密复杂，迫切需要开拓者所拥有的粗犷强悍：改变的只是疆界。缺席的男性身体的强壮性，隐含在女性的性征里——劳动布、岩石、身体的物质性。

都市及其复杂状态，是趋向时髦与社会特殊性。普通牛仔裤与“名牌牛仔裤”之间的对立可以归纳如下：

普通牛仔裤	名牌牛仔裤
无阶级的	高消费阶层
乡村	城市
共同的	社会层面特殊的
单性的	女性的（很少一部分是男性的）
工作	休闲
传统的	当代的
恒常不变的	无常易变的
西部	东部
自然	文化

从左栏到右栏，牛仔裤符号意义的转变，在某种意义上，正是美国乡村神话能被吸收到当代都市化、商品化社会中的一种方式，而在这个当代社会，那些试图使我们一体化的大众生活的压力以及同质化的力量，已然促成了对个性与社会差异感的深切需要。所以，几则“名牌牛仔裤”的广告不断强调它们将多么适合你；而身体的特征不仅仅是关乎自然、活力与性征的一个符号，它还成为个性的标志。我们的身体毕竟是我们自己的主要所在，也是我们个体间的差异最为明显的地方：“展示美妙的身材……你的身材。请穿 Wrangler 仔裤。Wrangler 仔裤，用你要的尺寸，给你要的身材……任何身体都适合。”（图 4）或者“你恰到好处的腰围，你已拥有。恰到好处的长度呢？就在这里，是

你的！”（时尚性感风格的牛仔裤）。当然，随着社会阶层的攀升，个人主义也水涨船高。所以 Zena 牛仔裤（图 6）有助于令牛仔裤的拥有者（在广告中，她刚刚脱下仔裤，以便留驻在我们的想像当中），遭遇一位热衷滑雪、但痛恨法国电影、拥有耶鲁法学院学位的性感男士。牛仔裤如今已进入这样一个世界，在那里，阶级差异与阶级内部细微的社会区别，变得同样重要。

与阶级差异如影随形的是性别差异。究竟有多少“名牌牛仔裤”广告针对的是女性，这一点十分重要，因为在我们这个父权制社会，女性已被训练得比男性更愿意在她们身体的外表上，投射她们的社会身份认同、自尊自重与性征。

在这些明显的差异下面，是东部与西部、文化与自然之间更为基本的差异。东部是美洲大陆最早开化的地区（意味着被白人殖民化），而从这一文化基点出发，自然的色彩逐渐被推向西部，直到拓荒者到达西海岸为止。直到今日，人们仍普遍认为东部是精密复杂的（即从属于文化），而西部则是闲逸或荒凉的（即更接近自然）。虽然“硅谷”的开发为此说提供了一个反证，但我认为这尚不足以否认美国东、西两岸在文化上存在着差异。

罗伯特·麦克金利 Robert Mckinley, 1982 在一篇题为《文化与自然在早六点新闻相遇》（Culture Meets Nature on the Six O'Clock News）的文章中认为，东部之所以一直是美国文化的代表，有其地理上的原因。时区的差别使得新闻（对文化行为的描述）首先发生在东部，这有助于确立东部为美国文化的中心。给东部带来时间上之优越处的地球自转，还有另一种效应：它使得大多数天气变化从西部而来，其结果是新闻（文化）从东移到西，而天气变化（自然）则从西移向东。

Make your move in P.S. Gitano Power Stretch Jeans!



Stretch, dance, sit, stand—there are jeans as flexible as you are. Only P.S. Gitano gives you the special comfort of "Power Stretch," a unique permanent stretch memory yarn. And only P.S. Gitano gives you the perfect fit of a truly proportionally constructed pair, whether you're short, medium or tall.

perfectly any way you make your move.



And P.S. Gitano Power Stretch™ jeans won't stretch your budget. They're regularly priced at \$99.99 at all Lerner's stores.

So slip into perfect fit with P.S. Gitano Power Stretch™ jeans. It's the fit that feels as good as it looks!

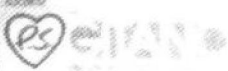


图 3: P.S. Gitano 牛仔装系列的力量, 将西部男子的野性移入城市女性的健身中心: 在这隐喻性的转移中, 力量在转变, 却没有消失。牛仔裤就是身体——力量在伸展, 极其合身, 感觉完美, 你做的动作就是你的, 你就是你的动作, 你就是你的仔裤。

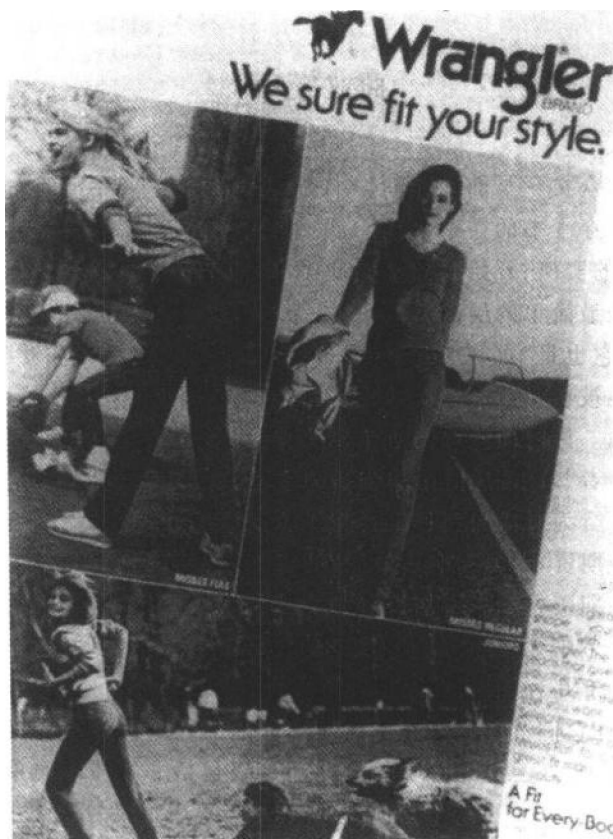


图 4: Wrangler 牛仔裤所做的，不仅仅要成为你的身体——它也给你想要的身体，还给你想要的形状，想要的大小。你的“美妙身材”将身体的能量融会到性吸引力中，让你享有男性的活力，却又不失男性想往的女性气质。你的“美妙身材”对他们来说很性感，对你自己来说又很强大；两个都要，并且当你的男人（与狗）在你身后匍匐，而你要躲开他们时，别忘了带着胜利的微笑——你知道他们最终会追到你。