

现代西方大众文化丛书

现代美国大众文化

王皖强 蔡 骐 主编

蔡 骐 孙有中 著

中国经济出版社

图书在版编目(CIP)数据

现代美国大众文化/蔡骥,孙有中著

北京:中国经济出版社,2000.1

(现代西方大众文化丛书/王皖强,蔡骥主编)

ISBN 7-5017-2054-1

I. 现… II. ①蔡… ②孙…

III. 群众文化-概况-美国 IV. G249.712

中国版本图书馆 CIP 数据核字(1999)第 68875 号

责任编辑:卫南平

(电话:68305274)

封面设计:白长江

现代美国大众文化

*

蔡 骥 孙有中 著

中国经济出版社出版发行

(北京西城区百万庄北街3号)

(邮政编码:100037)

各地新华书店经销

华勘曙光印刷厂印刷

*

850×1168 1/32 8.5 印张 185 千字

2000年1月第1版 2000年1月第1次印刷

印数:5000册

ISBN 7-5017-2054-1/Z · 306

定价:19.00元

总 序

文化的世界是斑斓多彩的，对文化的描述同样如此。这不仅因为各国家、各民族具有不同的特性，因而其文化也各具特色；也因为对同一种文化如果选择观察的视角不同，也会看到不同的内容，得出不同的结论，即通常所说的“横看成岭侧成峰”。

传统的看法，把文化分为精英文化与大众文化两类，前者为一小部分社会精英主要是知识分子所把持，后者则是借助于大众媒介的传播，为广大民众所共享。严格意义上的大众文化是大众社会的产物，是工业化现代社会的一种表现，它与传统的民间文化或通俗文化尚有差别，但它们都主要流行于社会的中下层，消费对象是作为社会主体的民众，这又使它们有类似之处。再者，在一个现代化的社会里，民间文化和通俗文化往往也通过大众媒介来进行传播，这进一步导致它们的融合，以致一些西方学者干脆认为在现代社会中大众文化与通俗文化同义。

无论是在西方还是中国，由于话语权总是把握在少数知识精英的手中，这种精英文化的传统使得人们总是对“阳春白雪”趋之若鹜，而对“下里巴人”嗤之以鼻，也使得人们心目中的文化似乎就是那些经典，那些高深

莫测、玄而又玄的东西，而为广大民众所喜爱、所消费的这部分倒好像不是文化了，接受这些东西恰恰也成了没有文化的标志。

然而，现代大众社会的形成，使得传统的精英文化开始产生危机，而大众文化则借助于大众媒介的发展占据了社会中的重要地位，于是有许多人惊呼文化的堕落。事实上，这种在世界范围内的普遍趋势并没有我们所想象的那么可怕，它只不过是现代大众社会发展所带来的后果之一。传统知识精英惋惜的也决不仅仅是文化的堕落，恐怕更是他们自身在文化领域垄断地位的动摇。不过，既然历史的进程带给人们的就是这样一种后果，那么失意的同时更需要的只怕还是去面对、去分析。

事实上，也只有知识分子才能最好地对大众文化进行分析和批判，因为他们所受的教育和所处的立场都使他们是这种批判最好的承担者。但是，批判不等于取消，其目的还是为了整个社会文化能够得到更健全的发展。把大众文化与精英文化彻底对立的观点并不可取，探讨在当前的形势下如何更好地建设大众文化恐怕才是当务之急。

在中国，由于大众文化的兴起还是最近的事，因而对它的研究也刚刚展开，自然有诸多不足之处，而在西方，情况则明显不同。西方各国随着工业化与城市化的发展，早已纷纷步入大众社会阶段。在大众社会中，由于原先的家庭、村落等有机联系的减弱，人们之间越来越缺少共同

的道德基础。在这种背景下，大众文化应运而生。当然，大众文化的产生也同样受益于科学技术的发展和大众媒介的普及。

随着大众文化的历史发展，西方学者也开始了对大众文化的深入探讨，这种探讨由于关注的层面与所取的视角不同，又产生了不同的学术流派，它们之间的争论不仅深化了人们对大众文化的认识，而且还直接影响了各国政府及相关机构对大众文化发展所采取的态度和政策。

在对大众文化发展历史及其性质的研究中，最早也最负盛名的学派是法兰克福学派，该学派所确立的批判传统影响深远，至今依然被诸多学者所引证。早在本世纪二、三十年代，以霍克海默、阿多诺、马尔库塞为代表的法兰克福学派学者就已指出，大众文化是一种文化工业，它以商业原则取代艺术原则，以市场要求取代精神要求，因而其文化产品是雷同的、平庸的，在这种文化的强大影响力下，民众丧失了自身的判断力，成为一种被动的文化消费者。因此，该派学者对大众文化可以说是持严厉的批判态度。

法兰克福学派所确立的批判传统直到本世纪中叶才受到英国文化研究学派的强烈挑战。以霍格特和霍尔为代表的英国文化研究学派认为，把大众文化与精英文化相对立的两分法失之简单，而且也不是对当下文化所作的一种明智反应。在他们看来，大众文化代表着生生不息

的、看得见摸得着的现实生活，它具有沟通、交流及促进多样化和差异性的积极功能。因而，他们并不像法兰克福学派那样站在居高临下的精英立场来排斥大众文化，而是站在民众的立场主张接受、研究与提高大众文化。

文化研究学派的观点传入美国后，引起了诸多学者的共鸣，其结果是导致了通俗文化研究学派的兴起，其代表人物甘斯提出品味文化的理论，对批判学派的观点进行批判。此后，对大众文化的研究越来越体现出一种跨学科的色彩，传播学者重点研究它与传媒的关系，社会学者则强调它在社会变迁中的作用，文化学者关注的是它与精英文化及民间文化之间的关系，形成了真正的多维视野，从而把该项研究推进到一个新的高度。

如果说，在改革开放后的今天，大众文化在中国的兴起已是一个不争的事实，那么学者就再也不能采取那种冷漠与轻视的态度，那将使自身远离生活，远离民众。不过，就算我们能摆脱传统的束缚，也不能指望在该领域立即就取得什么惊人的研究成果，因为我们尚缺少这方面的积累，这不仅包括理论框架，甚至包括具体的材料，诸如各种统计数据。在这种情况下，一条比较好的途径就是借鉴其他国家在大众文化领域所走过的历程及对这种历程的反思，这将使我们少走弯路；同时，这也能使我们更好地了解世界。本丛书正是在这种思路指导下的产物。

我们选择了世界上最有代表性的六个国家：美国、英国、法国、德国、日本和俄罗斯，具体而详尽地描述了各

国别具特色的大众文化，组成了这套“现代西方大众文化丛书”。我们不仅希望这种描述能够增进对这些国家的了解，更希望通过各国情况的比较，来找到其中的一些共性，以为中国时下的大众文化发展提供一个参照系。当然，一个良好的愿望是否能够实现，这还有待于时间的验证，但当现实生活中大众文化已扑面而来时，我们觉得也许先做起来更好。

主 编 者

目 录

前 言

1. 美国神话：山巅之城 (1)
2. 汽车：轮子上的国家 (11)
3. 电影：不沉的泰坦尼克号 (20)
4. 报纸：历史的见证 (33)
5. 杂志：各取所需的时代 (45)
6. 广告：消费社会的润滑剂 (58)
7. 饮食：美国风味 (69)
8. 音像：与新科技共舞 (78)
9. 爱情婚姻：到底有多浪漫？ (89)
10. 医疗保健：性命攸关 (99)
11. 畅销书：出版业的强心针 (109)
12. 动画片：迪斯尼的乐园 (119)
13. 广播：曾经辉煌 (130)
14. 电视：大众文化的新天地 (142)
15. 教育：智者在此垂钓 (154)
16. 超人：牛仔？英雄？明星？ (167)
17. 爵士乐：心灵的叙述 (177)
18. 摇滚：欲霸天下 (187)
19. 道德故事：走向成功之路 (199)
20. 偏见与歧视：华人在美国影视中的命运 (209)

21. 妇女文化之一：另一半天空…………… (219)
22. 妇女文化之二：美丽的负担…………… (230)
23. 政治极端主义：从恐红症到麦卡锡主义…………… (239)
24. 隐私、谎言、美国梦：面具后的美国人…………… (249)

前 言

在人类发展的历史上，美国的迅猛崛起堪称是一个奇迹，在短短几百年的时间内，它不仅取得了全球政治与经济霸主的地位，就是其文化也开始跨出国门，弥漫四方。在地球上的各个大城市中，你总是可以看到熟悉的麦当劳与肯德基的标志；美国的流行音乐也总是回响在世界的各个角落；而好莱坞的电影更是无孔不入，从人们的口袋中掏走了大把的钞票。你可以不喜欢这些东西，但你却无法逃避，尤其是在一个号称全球化的时代。

对于美国的关注，导致了对于美国研究的兴起，当然这种研究并不仅仅存在于美国国内。对于他国的学者，比如我们中国，这也同样是一个有价值的课题。然而，一个引人注目的事实是，虽然我们已经尝试着从多维视野来全方位透视、剖析美国，但却往往忽视了一个最具扩张力，也最能对民众生活产生影响的方面，即美国的大众文化。少数业已面世的对于美国文化的研究成果基本上关注的还是其精英文化层面，人们研究什么是真正的美国精神，具有美国特色的美国文学和哲学是如何形成的。这类问题自然有其重要性，但是对于日常生活及其文化表现形式关注的匮乏并不能通过对精英文化的研究得到补

偿；要想了解一个真正的美国，放弃大众文化这一视角显然是不够完满的。

本书在某种程度上可以说正是针对上述现实所进行的一种尝试。我们无意把自己的目标定得太高，所想做的主要是一种描述，向读者展示一番美国大众文化的概貌。然而，就是这样一个想法，实施起来也发现很难，原因是这一领域包括的内容太多，不要说穷尽之不可能，就是想把最有代表性的美国大众文化现象全部网罗，似乎也属不易，因为选择的标准实在是一个见仁见智的事。不过，尽管万事开头难，却总得有人做，于是我们还是动手了，至于不完善之处正好等待专家与读者们的指正。

必须一提的是，由于本书涉及的方方面面太多，有不少是我们自己的研究领域，也有些不是，这样我们必然要借鉴其他一些中外学者的研究成果。限于行文体例，我们无法在文中一一标明，只能在此一并感谢。自然，若有什么失误，只能是我们的责任。本书是两位作者合作的成果，蔡骥承担了全书约三分之二的写作任务，其余部分的写作由孙有中承担。最后，我们想向支持我们写作的家人和朋友表示最诚挚的谢意。

作 者

1999年11月

美国神话：山巅之城

世界上的诸多民族都有关于创世以及本民族起源与形成的神话。犹太民族就是一个典型的例子，他们的神话甚至演变成一个十分精致的宗教，不仅成为本民族源远流长的精神源泉，而且在某种意义上塑造了整个西方基督教文明的精神面貌。这种意义上的神话，在美国是不存在的（印第安人的神话很难说是美国的神话），美国可以说是一个没有“神话”的国家。但神话就其最基本的意义而言，是一个民族、一种文化对自身信仰、价值的形象表述。这些信仰和价值对于该民族或文化的成员来说意义重大，成为他们行为的动机和准则。这样的神话既表达了集体的追求，又为集体的选择与行动赋予一致的意义。这样的神话并非纯属虚构，它与真实的历史有着密切的关系。但真实与否并不是真正重要的事，重要的是这种神话经过许多代人的使用，已成为一整套具有象征功能的意义深远的隐喻，为特定的民族与文化提供着历史的训诫与世界观。就这一意义上的神话来说，美国并不例外。

让我们首先来看一下美国的反知主义神话。1963年，美国历史学家霍夫斯塔特在他的著作《美国生活中的反知主义》中，第一次系统地论述了美国人的“反知主义”（Anti-intellectualism）价值取向。作为一个大众神话，反知主义有其历史的渊源。当初旧大陆的移民们纷纷涌向新大陆，他们一方面试图逃离那个等级森严的欧洲世界，另一方面憧憬着一个自由平等的新天地。北美地大物博、人口稀少的自然环境为他们提供了得天独厚的物质生活

基础。在此基础上，一个忽略阶级差异、贴近自然、崇尚生存斗争的实际技能与发明创造能力的新文化逐渐形成，这与阶级界线分明、贤愚对立的欧洲社会形成了鲜明对照。

美国的反知主义是否意味着对知识与文化的鄙弃、对无知与愚昧的崇拜呢？显然不是。它在实质上并不是反对智慧，而是反对冷冰冰的理智和高深莫测的知识。在这个问题上，如果把美国和欧洲作一对比，可以看到一个有趣的参照：

智慧	理智
美国的	欧洲的
实践的	思辩的
从思想到行动	从思想到更多的思想
来自经验与书本的知识	来自思想与实验手册的知识
精明、聪慧、富于创造	玄虚、空想
民主的、常人	等级的、学者
现实世界	象牙塔
远离观念的专业人士	作茧自缚的书呆子

美国人推崇智慧，这种智慧是操作性的、适应性的、务实的、有针对性的。他们有些瞧不起“知识分子”，认为这种人眼界狭隘，一意追求观念和思想，忽略了生活中的人情、人性的一面。这种知识分子最坏的典型就是战争影片中的纳粹医生，他们冷酷威严，戴着金丝眼镜，在集中营中的受害者和粗壮的美国战俘身上进行着邪恶的医学实验。归根结底，知识分子的缺陷在于“理胜于欲”，大脑遮蔽了心灵，人性因而被扭曲。

表现这一主题的神话故事不难从美国的影视节目中找到，一个典型的故事就是《星际旅行》。该剧主角之一是斯博克，他所代表的是逻辑与理性。每当小组遭遇危机，他所能想到的就是逻辑

推理，试图用逻辑规则来化解一切问题。他根本不考虑小组成员的情感与精神需要，甚至不允许为死去的队员举行适当的葬礼。斯博克的理智与不近情理最后招致队员的强烈不满与抑制，幸亏有好心的麦考伊博士用情感帮助他平衡理智。当然，麦考伊也算不上真正的明智。他过分关注肉体，感情用事，完全排斥逻辑，这使他同样固执。为校正理智的偏执，他走向了盲目的情感主义。

代表智慧的是凯克船长。他既尊重心灵与肉体，又善于用理性与实干精神来节制情感。他不断听取斯博克和麦考伊的意见，折中而用，把思想化为切实可行的措施。凯克引导二人认识到他们相互需要，最明智的办法是寻求理智与情感的妥协，由此获得切实可行的、智慧和实用的、充满灵气的知识，只有这样才能安全地为飞船导航，才能无愧为美国人智慧品德的典范。

在青少年观看的影视节目中，反知主义神话题材也屡见不鲜。在反映校园生活的喜剧中，通常都有一个衣袋里装满铅笔头的“四只眼睛”的书呆子。他往往自命不凡，看不起班上普通的同学。在考试中，在辩论中，在科学实验中，他往往是当然的佼佼者。但最后，他却被“普通人”战胜，因为后者拥有毅力、直觉、合作精神，还有心灵手巧；或者，在面对共同的敌人时，高才生和普通生携起手来，终于取得胜利，证明所有人并没有什么实质的区别，大家都能团结起来，取长补短。这类题材的故事所表现的主题是明显的，它所嘲笑的正是那类理智遮蔽了情感和心灵的知识分子。智商并不是真正重要的，重要的是拥有常人的真情实感，能够与他人心心相印。而这也正是美国人所信奉的民主精神的要素之一。

电视连续剧《已婚……有孩子》更明白无疑地表现了这种平民主义价值取向。剧中有一个由知识分子组成的俱乐部，都是些

富家子弟，且多戴着眼镜。前来派对的女子多出身于工人阶级家庭，智商平平。凯莉就是其中的一个，她们往往成为晚会上被取笑的对象。按照俱乐部的规则，谁带来最笨的舞伴，谁获胜。这些无视常人感情的所谓知识分子最后受到了惩罚。平庸的凯莉们干脆把俱乐部的规则一脚踢开，让“天才”们成了真正的笑料。普通人再次获得胜利，知识分子又被踩到脚下。

美国人的反知主义在美国大众文化中就这样一次次为常识和常人高唱赞歌，把心灵置于人脑之上。

抛开反知主义神话不谈，让我们来看一看一个最大的美国神话——山巅之城。

17世纪20年代，西欧特别是英国的清教徒们纷纷移居马萨诸塞。这些清教徒们怀着建设“山巅之城”的宗教热望，深信自己肩负着神圣的使命，这就是向世人展示一个建立在清教徒所理解的上帝教义基础上的完善无瑕的新社会。他们自以为得到上帝特别的恩宠，大有“天将降大任于斯人”的神圣感觉，决意要成为世人的表率，万国的楷模。不到半个世纪，美洲殖民地已开始了世俗化的过程，但作为一个肩负着特殊使命的特殊民族的信念却成为一个豪迈的神话，深深烙入了美国人的心灵。

美国历史上的诸多重大事件虽然原因是多方面的，但与山巅之城的清教神话似乎不无关系。19世纪，大量的美国人相信美国负有特殊的使命，相信美国注定了要控制两个大洋之间的土地乃至整个北美。这种民族使命感助长了美国的西部扩张意识，或者说使美国的西部扩张在价值层面“合法”。1846~1848年的墨西哥战争也可以从这里面寻求其文化层面的原因。

进入本世纪，山巅之城的神话演化为美国的民主神话。威尔

逊总统为美国参加第一次世界大战确立的道义上的理由就是“为民主创造一个安全的世界”。当然，美国的参战自有其不能割舍的物质利益，但道义上的动机的确曾鼓舞千千万万的美国人。

1980年的总统大选辩论也是一个例子。里根正是从当年殖民地清教领袖温斯洛普那里寻找理论根据的。他认为，美国应该是一个“山巅之城”，并承诺要让美国回归正轨，肩负起自己特殊的使命。里根显然深谙美国民族的深层心理，他的演说也因此格外动人。

就在里根——卡特竞选辩论10年之后，布什总统又一次援引美国民主与特殊使命的神话来为他发动的1991年海湾战争辩护。布什引用了林肯的话来证明美国乃“全人类最后的、最美好的希望”，因此美国有责任把伊拉克赶出科威特，因为美国是惟一胜任这一任务的国家。布什显然是向美国人暗示，美国乃是上帝选定的国家，它肩负着领导世界的神圣使命。战后，布什的声望如日中天，这与他对美国民主神话的巧妙运用或许不无关系。

除了上述神话外，美国大众文化研究学者经常探讨的美国神话还有其他一些。

无尽的财富：美国拥有无限的资源，生产无止境，财富无止境，繁荣无止境。这在观念上表现为：大即是好，新即是好；消费至上，买得越多越好；舒适比保存更重要；不景气的经济时期迟早会过去的。因此美国人热衷于使用信用卡，崇拜探险者和名人，把购物变成了盛大的仪式。艺术上的西部文学则着力渲染夕阳下驰向辽阔的地平线的牛仔；太空探险影片所表现的同样是有待探索和开发的无边无际的宇宙以及由此而带来的永无止境的繁荣。

个人自由：美国人拥有天赋的个人自由权利，即个人选择自己的目标、追求梦想和自由采取行动的权利，只要自己的行动不干扰他人的自由。在价值层面，美国文化鼓励人们追求自我，反对政府对个人的压制。自由神话的典型象征是自由女神像、枪支和汽车，而麦当娜、摇滚明星、嬉皮士、牛仔则是个人自由的化身。社会生活中表现为政治选举，艺术上则有诸如《生来粗野》（歌曲）和《逃亡者》（电视剧）之类的作品。

奋斗致富：在美国，勤劳总会带来好运，而勤劳加好运必然赢得金钱、荣誉与权力。与此神话相呼应的美国信念就是私有财产神圣不可侵犯；贫穷是懒惰与邪恶的象征；美国乃机会之乡；个人的物质财富表明了他的美德与人生价值。因此，美国人有了钱就到郊区去建大房子，那是事业成功的标志。美国人崇拜林肯总统，因为他依靠个人奋斗，从小木屋走进了白宫。美国人欣赏彩票的中奖者，因为那是机会均等前提下的好运气。但美国人鄙视富不仁者，富有的慈善家才值得称颂，而那些通过欺骗手段享受政府福利的人更是可耻。在美国人看来，财富只要取之有道，就是光荣的。因此，不断更新更昂贵的汽车成为美国人的时尚。电视上则不断推出巨额悬赏的高刺激竞赛节目，独自打天下的畅销书作家更深受推崇。

核心家庭：最理想的美国家庭单位是核心家庭，它包括爸爸、妈妈以及平均大约 2.5 个孩子，再加上一到几只宠物。虽然美国离婚率很高，但普通的社会信念是每个人应该结婚，离婚毕竟是一个失败，家庭是最重要的。在美国人的生活或大众传媒中，合家团聚、家庭相册以及家庭餐桌成为温馨家庭的象征。老处女是一个反面形象；而今天的“新男性”不仅爱家，而且敏感心细。全家一起度假、一起吃饭几乎成为一种很体面的礼仪。电视剧《家