



傅守祥：文化泛化中崛起的大众文化：从神性体悟到世俗消费

来源：投稿 日期：2006年6月13日 作者：傅守祥 阅读：2103

[摘要] 大众文化的审美研究是学术界最近的一个热点话题，文章从分层解剖角度对文化、从系统论的具体层面上对大众文化分别进行了梳理与框定。认为大众文化审美化是立足于日常生活世界而对发生于每个人周围的各种泛审美活动加以观照，突现了具体审美活动的文化维度及其意义，因此，日常生活或文化娱乐与审美之间相互渗透的状况是促成这种局面的根源。成熟的大众文化文本，应该是既注重日常生活的感性体验又不放弃价值理性维度的意义追求，既着意于审美愉悦的“欢乐”性解放又不舍弃神性维度的精神提升，并以此制衡生活的表面化、形象化、感观化所带来的无深度的不可承受之轻，在世俗化的文化氛围和生活化的审美环境中，跳出日趋严峻的“欲望陷阱”、“反省缺失”和“欢乐空洞”状况，实现人类真正的审美解放。

[关键词] 文化；分层剖析；大众文化；系统定位；审美文化；审美解放。

“文化”这个如今颇为时髦的概念“看起来是统一的、稳定的、坚定的概念，其实不然，这完全是个文字上的陷阱，其实这是个空洞的、以其昏昏使人昭昭的、金玉其外败絮其中的、具有双重面孔的、潜伏着危险的词汇。这是个词汇的神话，声称包含有救世的秘方，声称能带来真理、智慧、自由、创造性和生活准则等等。”[1]

(p. 351) 1982年的“世界文化大会”发表的《关于文化政策的墨西哥宣言》里就明确提出：“文化赋予我们自我反思的能力。文化赋予我们判断力和道义感，从而使成为有特别的人性的、理性的生物。我们正是通过文化辨别各种价值并作出选择。人正是通过文化表现自己、认识自己、承认自己的不完善、怀疑自己的成就、不倦地追求新的意义和创造出成果，由此超越自身的局限性。”[2] (p. 153) 我们也常常提到“某人有文化”或“文化程度如何”，指的是一个人认字的多少、掌握和运用文字的能力、接受教育的程度；而在另一层面上，不止普通人，即便是专家，对“文化”亦有各种不同的理解，大到人类的进化、文明的发展，小到个人的行为、心理、思维、价值观念，都可以是文化。据统计，世界上专家学者对文化下的定义有260多种。毫无疑问，“文化”一词的内涵和外延在时空发展上都具有明显的泛化倾向，直至成为一个人类所能意识到的、无所不包的东西。从此，“什么是文化”的本质论问题逐渐退隐，拿来就用、张口就说的文化成为普通大众的时髦谈资，而严谨的学者则从系统论的具体层面上展开他们的话题与讨论。

“致力于人文科学和自然科学的沟通，以及诸种学科之间的有机结合，把自然科学和人文关怀融通”[3] (p. 1) 的法国当代著名学者艾德加·莫兰鉴于“文化”在人文科学和日常用法中的模糊、不确定与多义性，从五个不同层面对其加以分辨和确认，得出如下结论：“第一，从人类学的意义上说，文化与自然相对，并且因此而包括所有不属于天生行为的东西。因为人的特点是有本能，而本能很难由程序来确定；文化是指所有属于组织、结构、社会程序范围内的东西，所以文化最终与人所特有的一些方面混淆在了一起。第二，人类学上对文化的另一种定义指的是所有有意义的东西——首先是语言。这意义的范围和第一种定义中一样宽泛，包括所有的人类活动，只不过强调的是人类活动的意义和精神的方面。第三，有一种人种志上的意义，其中文化的东西与技术的东西相对，包括了信仰、宗教仪式、标准、价值、行为模式（从各种语汇中提取的一些杂七杂八的词汇，不知该归哪一类，只能保存在文化这个杂货店里）。第四，社会学意义上的‘文化’这个词显得更加是个废品回收站，专门回收经济、人口统计、社会学等等学科无法吸收的废物，所包容的范围有心理情感、人格、感受能力及社会关联；有时候它的范围甚至收缩到我们所说的‘有关学问的文化’，即：第五，将文化的概念集中在古典人文科学和对文学艺术的兴趣上的观念。与前边的观念所不同的是，这种观念很受人們的吹捧，从伦理上和以精英为重的意义上来讲，有文化和没有文化是相对的。”[1] (pp. 351-352) 经过以上的分层剖析，艾德加·莫兰认为：“一方面，‘文化’这个词在完全的意义和杂烩的意义之间摇摆，另一方面又在人类学、社会学、人种志学的涵义和伦理学、美学的意义之间摇摆。事实上，在谈话和论战时，人们往往会不知不觉地从宽泛的意义过渡到狭窄的意义、从中性的意义过渡到为人们所吹捧的意义。因此，人们把大众文化和有关学问的文化作为相对立的两种文

化，却忘记了在这两种说法当中，“文化”这个词的含义不同了。……这实际上是将具有人种志学和社会学性质的文化同具有标准化作用和贵族倾向的有关学问的文化进行比照。如果我们不能从一开始就明白这实际上是两种层次的不同概念，我们就无法制定文化政策。”[1] (pp. 352-353) 在此基础上，艾德加·莫兰从两方面说明了文化的总括性或普遍性特点：一是将文化的概念归结为语义学的概念，并按结构语言学的模式到语义学中去寻找文化系统的编码和结构；第二，文化中最重要的是与生存有关的方面，它不应被看成一种概念，也不是一种供参考的原则，而是人们体验一种总体问题的方式[1] (p. 353)。艾德加·莫兰认为文化概念的意义“只能是联系生存的黑暗和结构的形式的意义”，认为“必须将文化看成是一种在生存的经验和形成的知识之间进行沟通——进行对话——的体系。……文化体系与经验的关系是双向的：一方面文化体系从生活中提取经验，以供吸取，必要时还可以贮存；另一方面文化体系还为生活提供框架和结构，在将实践和想像分别或混合的同时，保证人在生活中的行为或参与、或享乐、或迷醉等。”[1] (p. 354)

德国哲学家卡西尔最早提出：文化是人类创造和运用符号的领域，包括神话、宗教、语言、艺术、历史和科学等形态，它主要处理人类生存的意义问题[4] (p. 288)；美国当代文化批评家丹尼尔·贝尔也倾向于将文化视为表达或阐释人类生存意义的象征形式[5] (p. 58)；美国文化人类学家克利福德·格尔茨在其名著《文化的解释》一书中表述了相似的意见，他说：“我主张的文化概念实质是一个符号学的概念。马克斯·韦伯提出，人是悬在由他自己所编制的意义之网中的动物，我本人也持相同的观点。于是，我以为所谓文化就是这样一些由人自己编制的意义之网，因此，对文化的分析不是一种寻求规律的实验科学，而是一种探求意义的解释科学。”[6] (p. 5) “人是意义的动物”，失去了意义，人将不成为人，文化也将不成为文化；因此，周宪先生认为：“所谓文化，究其本质乃是借助于符号来传达意义……文化的核心就是意义的创造、交往、理解和解释。”[7] (p. 12-7) 美国当代社会学家布朗在其代表性著作《社会作为一本书》中则提出：把社会看成一本书，这本书随时代推移而由不同人群不断续写、改写和阅读；文化是一个动态的过程。显而易见，布朗笔下的“文化”与“社会”是可以通约的概念，其文化概念具有很强的隐喻性；把文化比作一本不断改写的书，这对于我们看待文化是有启发性的。

虽然像艾德加·莫兰一样，绝大多数学者在分析“文化”概念时使用了分层解剖法¹，但是他们大多并没有在其文化概念中为大众文化明确设定合适的领域，只有美国当代文化批评家弗雷德利希·杰姆逊真正解决了文化分层中的大众文化疆域问题。杰姆逊认为文化有三层内涵：一是指“个性的形成或个人的培养”，二是指与自然相对的“文明化了的人类所进行的一切活动”，三是指与贸易、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；这第三层意思体现了杰姆逊的特殊立场和关注焦点：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[8] (pp. 2-3)。

厘定了大众文化在“文化”中的基本疆域，那么接下来就正面审视这一“每时每刻地和潜移默化地影响、甚至塑造人们的情感和思想，成为人们日常生活的一个当然组成部分”[9] (p. 305) 的文化现象。

关于大众文化 (popular culture或mass culture) 的界定，西方学者曾经列出了至少六种不同定义[10] (pp. 8-20)：第一，大众文化是为许多人所广泛喜欢的文化。这个定义强调了受众在数量上的绝对优势，但没有考虑价值判断。第二，大众文化是在确定了高雅文化之后剩余的文化。这里注重它与高雅文化的明显区别，但忽略了两者之间的复杂关系。第三，大众文化是具有商业文化色彩的、以缺乏辨别力的消费者大众为对象的群众文化 (mass culture)。这里主要从批判和否定意义上理解大众文化，无视它的可能的积极意义。第四，大众文化是人民为人民的文化 (culture of the people for the people)。这里强调大众文化是“人民”自己创造的，但未能指出这种创造所受到的文化语境的深层制约。第五，大众文化是社会从属群体的抵抗力与统治群体的整合力之间相互斗争的场所。这个定义把大众文化不是理解为一种文化实体而是理解为不同群体之间的“霸权”斗争战场，但与斗争相对的协调方面却基本忽略了。第六，大众文化是后现代意义上的消融了高雅文化和大众文化 (high and popular culture) 之间界限的文化。这里突出了近来大众文化与高雅文化间的融会或互渗趋势，但有可能因此而抹煞其差异性。

英国文化学者威廉斯1976年出版的《关键词：文化与社会词汇表》中，有一段话经常为人们所引用：“大众文化不是因为大众，而是因为其他人而得其身份认同的，它仍然带有两个旧有的含义：低等次的作品（如大众文学、大众出版商以区别于高品位的出版机构）；和刻意炮制出来的以博取欢心的作品（如有别于民主新闻的大众新闻，或大众娱乐）。它更是现代的意义为许多人所喜爱，而这一点，在许多方面当然也是与在先的两个意义是重叠的。近年来事实上是大众为自身所定义的大众文化，作为文化，它的含义与上面几种都不同，它经常是替代了过去民间文化占有的地位，但它亦有种很重要的现代意识。”[11] (pp. 12-13) 如果把威廉斯的意思引申开

来，可以得出关于大众文化的三种理解：第一种是大众文化的中性概念，即低等次的文化作品，主要指与严肃艺术、精英文化相对立的通俗艺术、流行文化。第二种是“大众文化”的批判性概念，即刻意炮制出来的“文化工业”；在西方马克思主义主要是“法兰克福学派”中，大众文化统指文化工业制造的产品，主要包括电视、广播、广告、流行报刊等大众传媒文化。第三种是“大众文化”的肯定性概念，即体现了文化民主化倾向的现代民间文化，为普通大众所喜闻乐见，应当高度评价。

从大众文化的生产与消费角度进行综合分析，大众文化“是自由市场经济把价值规律和商品交换逻辑向文化领域的推演，现代技术对人的物质和精神产品的生产消费行为改变的必然产物。”[12]因此，它有以下三大特征：一是商业性。当代大众文化与其他文化形式的本质区别是，其文化产品由于体现了创造者的具体劳动、具有特定的使用价值、要在市场上流通等特点而具商品属性，使得“文化工业的每一个产品，都是经济上的巨大机器的一个标本”[13]（p. 118）。在这些标本中，商品属性已凌驾于一切之上，成为最为本质的属性之一。而它作为文化所应具备的精神价值、情感价值也日益被商业利润所渗透、侵蚀，成了伪精神与伪情感。这与文化产品的审美属性相比，大众文化只承认效益，以市场上的叫卖声为指归。二是感官愉悦性。为迎合消费者的虚拟性消费，当代大众文化就以寻求大众感官快适的直接性为原则，以其欲望化的叙事法则，对大众感官进行着刺激和按摩。同高雅文化那种凛然超拔于世俗化、功利化、感官刺激的旨趣大相径庭。所以，当代大众文化一般不以理性的、审美的条件要求其受众，而是以普通的、自娱自乐的、消遣的感官刺激来投合大众的口味；滞留于人的“现实感性”维度，满足其生理层面的需求，诸如无理性的暴力、索然寡味的煽情、拳头、枕头、银行账户、无厘头……直接服务于大众的感官愉悦，以至于达到了为感官愉悦而感官愉悦，大众对它的需求已如吃喝拉撒一样，是一种自然需求而非精神需求。三是复制性。当代大众文化也是一种技术性文化。事实上，如果没有现代科学技术，当代大众文化就无从产生。这是因为现代科学技术不仅为当代大众文化的产生提供了技术手段，而且也作为当代大众文化的传播提供了媒体，同时也为当代大众的对大众文化的消费提供了设备。大众文化从其生产、传播及消费都带有明显的技术特征。基于技术与基于商业性，大众文化生产就具有了鲜明的复制性。例如，一件好的作品受到大众的关注，人们对它的需求所暗示的巨大经济利益使得生产完全可以放弃由“唯一性”而带来的艺术价值，反而以大批量的生产将其兑换为交换价值。因此，当代大众文化“原则上是可以过相同的劳动过程生产出来的。”[13]（p. 139）它的生产就像工业产品的加工那样完全可以通过标准化的流水线大规模地复制出来，这就形成了当代大众文化外在风貌的机械、单调、统一，呈现给大众的是始终没有风格的东拼西凑的大杂烩。

作为一个总体概念的“文化”泛化了，作为子概念的“大众文化”也在泛化；“大众文化”虽没有“文化”气吞山河的气势，但是其内涵和外延却具有明显的时代特色，经历了由贬斥到褒赞、从“乌合之众”走向“大众流行”的情感变色过程，同时因其与文化产业的不解之缘而成为主导舆论吹捧的明星。艾斐先生认为：“这里所说的‘大众文化’，与传统意义上的大众文化并不具有同一的命意和内涵，而是专指在改革开放和市场经济条件下所出现的一种以现代科技为传播手段的社会型、大众化的文化形态。这种文化形态的主要特点，是具有鲜明的信息性、科技性、商业性和产业性，具有强烈的实用功利价值和娱乐消遣功能，具有批量复制和拷贝的创作生产方式，具有快速、直观、应时、随意的创作特点，具有主体参与、感官刺激、精神快餐和文化消费的都市化、市民化、泛社会化的审美追求，特别是具有与西方后现代文化及广义市场经济文化的契合性和呼应性。所有这些特点，不仅在卡通片、警匪片、摇滚乐、霹雳舞、流行歌曲、通俗小说、行为绘画、实证电视等中可以清楚地看出来，而且在西方文化影响下和市场背景下出现的常规性的录音、录像、广播、影视、书籍、报刊等中，也同样可以看出来。”[14]（p. 90）有鉴于大众文化的语义复杂性，有学者在比较综合的基础上对大众文化下了一个“简要的操作性定义（不是最后的定义）”：“大众文化是以大众传播媒介（机械媒介和电子媒介）为手段、按商品市场规律去运作的、旨在使大量普通市民获得感性愉悦的日常文化形态。在这个意义上，通俗诗、报刊连载小说、畅销书、流行音乐、电视剧、电影和广告等无疑属于大众文化。”[9]（p. 307）认为大众文化“偏重‘感性愉悦’，它不以提供对世界的理性反思为目的，而主要倾向于创造娱乐大众的文化形式，达到‘捕获’大量受众、获取商业利润的目的，因此，感性层面上的‘快乐’成为大众文化的运作核心”[15]（p. 160）；并进一步指出：“大众文化所提供的感性愉悦，不是神圣的迷狂和欣悦，而是一种在人们的日常生活的环境中的日常经验和体验，它往往自觉不自觉地远离精英文化的批判性意蕴，放弃精英文化的那种‘赐予文化’的姿态，将‘生产快乐’（而不是‘生产意义’）作为主要的制作原则。”[15]（pp. 159-160）对大众文化的审美风格有见仁见智的看法实属正常，但是感性层面的快乐或曰感性愉悦是大众文化产销运作的核心却成为人们的一个基本共识。

从“以阶级斗争为纲”到“以经济建设为中心”的政治转向确定以后，中国社会逐渐摆脱了一个多世纪以来的革命战争心态，走进一个崭新的“后革命”时代，并最终确立了以市场经济为主导的现代化发展模式和改革开放的社会调整格局。正是在这种时代背景中，孕育已久的中国大众文化在体制的默许及市场逻辑笼罩下迅速崛

起，取代了传统精英文化的支配地位和美学趣味，并由高科技与现代传媒的强力支持而独霸了最大的市场份额，直接影响着最广大的城镇市民。中国大众文化的勃兴是文化受到长期禁锢之后重获解放的结果，是对大一统文化格局的颠覆，代表了经济和技术上的历史潮流；同时，遵循“市场逻辑”、依靠数码技术的大众文化又带着严重的先天不足，加剧了急功近利的社会价值取向和精神压力，消解了人文价值的传统影响。人的存在需要现代经济和技术，但又不能仅限于现代经济和技术：如果说大众文化带有很大的技术“物性”，那么人不是物；如果说大众文化诱惑、满足、填塞着人的日常感性欲望，那么人不仅仅是日常感性的存在；如果说大众文化造就着一个市场秩序似的标准化感受，那么人是不能完全被标准化的。

在日常感性得到较好满足的先进国家，对大众文化的批判显得很理直气壮；然而，在日常感性相对匮乏的中国，大众文化的具体效益却很是复杂。因此，旅美学者鲁晓鹏提出：“无论是站在无产阶级的立场还是少数精英的位置，对大众文化的完全否定恐怕失之片面。建立一个整体的大众文化理论已是相当困难。更实际的策略是具体问题具体分析，将不同种类的大众文本区别对待。” [16] (p. 2) 也就是说，从既有的大众文化文本2着手，解释和挖掘其中的各种元素，包括各种对于现存社会的逃避、批评以至乌托邦想像，是大众文化研究的一个切实可行的策略。

[参 考 文 献]

- [1] (法) 艾德加·莫兰. 社会学思考[M]. 阎素伟译, 上海: 上海人民出版社, 2001.
- [2] (美) 欧文·拉兹洛. 多种文化的星球——联合国教科文组织国际专家小组的报告[M]. 戴侃、辛未译, 北京: 科学文献出版社, 2001.
- [3] 杜小真. 社会学的哲学思考[A]. 社会学思考[M]. 阎素伟译, 上海: 上海人民出版社, 2001.
- [4] (德) 卡西尔. 人论[M]. 甘阳译, 上海: 上海译文出版社, 1985.
- [5] (美) 丹尼尔·贝尔. 资本主义文化矛盾[M]. 赵一凡译, 北京: 三联书店, 1989.
- [6] (美) 利福德·格尔茨. 文化的解释[M]. 韩莉译, 南京: 译林出版社, 1999.
- [7] 周宪. 崎岖的思路[M]. 武汉: 湖北教育出版社, 2000.
- [8] (美) 杰姆逊. 后现代主义与文化理论[M]. 唐小兵译, 西安: 陕西师范大学出版社, 1986.
- [9] 王一川. 文学理论讲演录[M]. 桂林: 广西师范大学出版社, 2004.
- [10] (英) 约翰·斯道雷. 文化理论与通俗文化导论[M]. 杨竹山等译, 南京: 南京大学出版社, 2001.
- [11] 陆扬、王毅. 大众文化与传媒[M]. 上海: 上海三联书店, 2000.
- [12] 朱首献、叶晓艳. 当代大众文化的人文批判[J]. 河南师范大学学报, 1999(3).
- [13] (联邦德国) 马克斯·霍克海默、特奥多·威·阿多尔诺. 启蒙辩证法[M]. 洪佩郁、阚月峰译, 重庆: 重庆出版社, 1990.
- [14] 艾斐. 时代精神与文学的价值导向[M]. 太原: 山西教育出版社, 1999.
- [15] 王一川. 美学教程[M]. 上海: 复旦大学出版社, 2004.
- [16] 鲁晓鹏. 文化·镜像·诗学[M]. 天津: 天津人民出版社, 2002.

版权声明：任何网站，媒体如欲转载本站文章，必须得到原作者及美学研究网的许可。本站有权利和义务协助作者维护相关权益。

【 评论 】 【 推荐 】 【 打印 】 【 字体：大 中 小 】

上一篇：傅守祥：经典文化的焦虑：从精英掌控的标准到动态选择的趣味

下一篇：傅守祥：大众文化的现代性悖论：技术物性的固化与日常感性的想像

>> 相关新闻 全部新闻

>> 相关评论 全部评论

- 傅守祥：大众文化的现代性悖论：技术物性的... (6月13日)
- 傅守祥：经典文化的焦虑：从精英掌控的标准... (6月13日)
- 傅守祥：世俗化的文化：中国大众文化发展的... (6月13日)
- 傅守祥：清寒世界里的生命热忱 (5月10日)
- 傅守祥：现代荒原上的西绪福斯 (5月10日)
- 傅守祥：女性主义视角下的广告女性形象探析 (5月9日)
- 傅守祥：经典文化的失宠：从意识形态的等级... (5月9日)
- 傅守祥：论全球化时代中国文化的现代性建构 (5月9日)

发表评论

点评：

字数0

验证码：

姓名：

管理入口 - 搜索本站 - 分类浏览 - 标题新闻 - 图片新闻 - 推荐链接 - 站点地图 - 联系方式

地址：中国·北京·海淀区中关村大街59号 Email:Aesthetics.com.cn@gmail.com

制作维护：美学研究 京ICP备05072038号