

《大众传媒与大众文化》

图书基本信息

书名：《大众传媒与大众文化》

13位ISBN编号：9787208040717

10位ISBN编号：7208040710

出版时间：2002-3

出版社：第1版 (2002年1月1日)

作者：潘知常

页数：589

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu111.com

《大众传媒与大众文化》

内容概要

《大众传媒和大众文化》由上海人民出版社出版。

《大众传媒与大众文化》

作者简介

潘知常，1956年生，1982年2月毕业于郑州大学中文系，同年任教于郑州大学中文系，1983年2月至1984年7月在北京大学哲学系随美学研究生班进修中西美学，1988年被特聘为副教授，1989年分别当选为河南省与郑州市的“青年精英”，1990年调入南京大学，1992年被批准为享受国务院“政

《大众传媒与大众文化》

书籍目录

序篇大众文化：从“事实的财富”到“思想的财富”第一章 从边缘走向中心：西文大众文化研究的崛起第二章 无望的救赎：法兰克福学派的文化批判理论第三章 寻求新的阐释空间：从文化研究学派开始新的探索第四章 为人类造梦：技术时代的神话第五章 圣杯与魔盒：大众传媒作为世界第六章 欲望叙事：从大众传媒到大众文化第七章 市场化

《大众传媒与大众文化》

精彩短评

1、太他妈烂了气死我了，未了也没用上一点，起这么牛逼的名字干嘛啊废我好几个钟头，你直接写上“具体参见西方XX书”都对我是莫大的安慰.....气死我了你跟潘金莲肯定是亲戚她偷汉子你偷文字.....对不起我太不文明了我太不尊重教授了哎

1、大众文化与三个因素的介入密切相关：技术化的“魔杖”，市场化的“撒旦”，全球化的“地球村”。借助这三大推动力量，进入二十世纪之后，人类的生存方式从垂直结构转向了横向结构，从共同生存转向了公共生存。所谓垂直结构，意味着就生存方式而言，不论其形态如何各异，但就其根本而言都要决定于其背后的国家、民族、阶级、阶层、地缘、血缘。横向结构的出现却偏偏反其道而行之，国家、民族、阶级、阶层、血缘、地缘都不再起作用，一切都是“无缘无故”的。大众文化已不再瞩目社会不同阶层的属性，而只将其作为一个整体。而所谓共同生存，不论生活方式何其各异，但就其根本而言都是向心的、非匿名的，都要服从一个统一的价值标准。公共生存却是离心、匿名的，不服从于任何一个统一的价值标准。作为对于传统生存方式所建构起来的个人的隐秘空间与社会的权力空间的突破，它所建立的是公共空间。于是，社会生活从共同生活转向公共生活，但这种公共并没有传统的面对面与交流的含义。个人不再独立、直接地参与观察，而是转而通过大众传媒的报道去进行参与。公共经验与真实空间和交流语境分离，必然导致个人参与公共空间方式的转化，也必然导致大众传媒的出现。根深蒂固的理性主义传统遭遇了强劲的挑战。哥白尼的日心说、达尔文的进化论、马克思的唯物史观、爱因斯坦的相对论、尼采的酒神哲学、弗洛伊德的无意识学说，作为历史性的非中心化运动，分别从地球、人种、历史、时空、生命、自我等一系列问题上把人及其理性从中心的宝座上拉了下来。传统世界的稳定感不复存在，一切都再无永恒可言。那些似乎是最终不变的东西、凝固的东西、一劳永逸的东西，事实上都可以随时解体、重新组合。因此存在主义才会疾呼“人是自由的”、“选择的结果是未知的”。这意味着我们必须在前途未卜时做出选择。换言之，我们必须去或多或少地冒险、投机、赌博，去寻找机遇、去玩心跳，而人生的命运，也恰恰就在于此。自由的超越性以及与之相关的主观性、理想性事实上无法离开对于必然性以及客观性、物质性的把握这一前提，否则就会陷入一种浮躁、空虚与无聊。在20世纪我们所看到的恰恰就是这样一幕。一旦离开对于必然性以及客观性、物质性的把握这一前提，自由的令人难堪但又异常真实的负面效应就显示出来了。人必须自己出面去解决生命的困惑。进入20世纪，由民族国家组成的区域市场经济让位给一种由全球参与者共同构建的世界市场经济。巨型跨国公司的出现、高科技带来的资本配置、信息流动的加速开放性以及资源的流动性、经济的关联性、供求信号的敏感性、经济波动的传导性，都意味着工业社会转向了信息社会。人类社会的整体化、互联化、依存化开始了，世界成为边远地区与大城市、落后国家与先进国家的和弦。这无疑与市场经济本身所具有的那种把社会各个独立领域的生活要素转化为普遍有效体系的内在驱动以及突破国家民族地域界限的强烈冲动密切相关。市场经济将社会也市场化，社会与市场之间的界限被取消了，甚至市场自身干脆变成社会。它也使全球市场化，在全球的任何一个角落，只要能够生产剩余价值，它的身影就会迅速出现。全球化正是市场经济在欲望的驱使下所必然达到的极致。大众传媒也足以令各个国家和地区独特的精神传统趋于消失。在现代社会人们不再通过群体去与社会发生关系，而是直接去彼此发生关系，交往的前提不再是血缘、利益，也不是“我们”，而是生命的权利，是“我”，于是群体、集团、种族、阶级、性别的差异自然就不存在了。这显然是全球化社会给予人类的最可珍贵的财富。在空间上整个地球都成为一个村落，在时间上整个历史都汇聚于一个焦点，地域界限、社会差别、政治冲突、阶级对立也都相应地被超越了，如民歌的消失就是例子。海关、边界、边防线、国界、海域、高山，这些传统的空中栅栏都不再存在，存在着的就是个人通过大众传媒而加入到全球资本主义文化逻辑之后在“疏离机制”的基础上所形成的“现实倒置”所必然造就的一种全球化的想象。社会要扩张就要完全以利害关系为前提，而不能以情感为前提。这样家庭的神圣不可侵犯性就必须被破坏，于是，利用家用电器把妇女从家务中解放出来，利用性解放、女权主义把妇女从意识形态的束缚中解放出来，利用司法机构从行政上为离婚提供方便，利用社会保障使老人不再完全依赖子女……网一样的社会因此完全成为碎片。显然家庭的破碎是社会转型的最后一步，从此任何的缓冲区域都不再存在，孤独的人群处于透明状态，一切暴露在外，家庭包括社区解体后出现的空白被大众传媒乘虚而入，物欲和享乐主义则成为唯一的选择。大众社会指的是个人与周围社会秩序的关系。具体特点为首先个人处于心理上与他人隔绝的疏离状态，其次非人格性在人们的相互作用中盛行，再次个人比较自由，不受非正式社会义务的束缚。出现了大量隔绝疏远的个人，他们以各种各样的专业方式相互依赖，但缺少中心统一的价值观和目的。传统联系的削弱、理性的增长以及分工制造了由松散的个人组成的社会。大众一词的含义更接近一个聚合体，而不是一个组织严密的社会群体。局部的高度组织化和整体的无政府状态，成为大众的最大特征。一个凭借本质、理

性、必然性而屹立千年的精英，一旦倒下，就是所谓大众。尼采：在人类极为漫长的生命历程中，没有什么比孤独更可怕了。成为一个个体并非一种乐趣，而是一种惩罚。在中国所有人都要为皇帝献身，既没有感到个体被剥夺的痛苦，也没有感到个体被宠幸的“权利”。在现代社会，人一出生就被判定为自由，同时也被剥夺了选择不自由的权利，除了死的确定性、必然性和不可超越性之外，其他的一切都是不确定的，何时死、以什么方式死，都是不确定的。其结果就是个人不断的无化，这里的无是指无限可能性。独一无二的雪花恰似独一无二的个人，而漫天飞舞的雪花则恰似我们所看到的应运而生的大众。当前的时尚是为眼前而生活——活着只是为了自己，而不是为了前辈或后代。现代社会没有任何“前途”可言，因而它对除目前需要之外的任何东西都一概不感兴趣。甚至一味自恋，顾影自怜。一些新人类青年面对时代的新时速，有些不知所措。在真实的世界中他们输不起，也找不到快乐。因此不惜在虚拟世界中崇尚一切、追逐一切，在儿童世界中逃避重大的现实压力。结果，每个人永远都是后儿童、每个人永远都长不大，每个人都是心理感冒、情绪上风。既然外面的世界永远也搞不懂，就不去试图搞懂，也不去试图反抗，而是一切由它。现实生活与太虚幻境的关系就这样被混淆起来。要不断麻醉自己以保持良好的自我感觉，今天是城市猎人、明天是某某使者，在虚拟空间里孤芳自赏到天明，一同跳起了心灵的假面之舞。折磨新一代自恋主义者的，不是内疚，而是一种焦虑。他并不企图让别人来承认自己存在的毋庸置疑，而是苦于找不到生活的意义。对于孤独的大众来说，人类除了共同在地球上居住之外，再没有别的共同性了。大众文化是流行趣味为人类被人为刺激起来的欲望所提供的表演舞台。它使得人类可以自由地购买、自由地预定欲望之梦。隐约的性幻想、豪华的生活景象、绚丽的经历、多彩的奇观、非常的机遇，则是大众文化的基本内容。大众文化是现实世界之外的一个虚幻的海市蜃楼。大众文化并非无意义，实际上它有着重大的意义，就是维持孤独的大众的心理平衡。受众也并非只是一个被动处理信息的弱者，并非一个能够主动处理信息的强者，而是一个能够“自由地”面对信息的消费者。人人都只是一个信息集散的网点，甚至是为逃避信息而面对信息，为浮躁、空虚、无聊而借助信息，为浪费信息而消费信息，这就是所谓的受众。大众文化提供各种虚假的需求和对各种虚假的需求的解决，而不提供现实的需求和对现实的需求的解决；仅在表面上解决问题，而不在实质上解决问题；提供解决问题的伪装，而不提供解决问题的能力。以前是人的依赖，现在是物的依赖。俗套的表演、脸谱化的形象、快餐式的片断、无限制的趣味、无聊的猎奇、历史成为招贴画、包装大于内容、形象大于商品。文化、审美不再是时代的放歌台、传声筒，却反而成为时代的下水道、垃圾箱，不再是时代的一剂解毒药，却转而成为自我的一纸卖身契。在传统文化本身就缺乏世俗性、他律性一极之时，精英文化的批判性、自律性事实上只能是虚幻的，因为它必须潜在地同时发挥世俗性、他律性一极的功能，这样一来，就使得精英文化自身的批判性、自律性无法真正实现。而大众文化的问世则由于导致世俗性、他律性一极的独立，而使得精英文化批判性、自律性一极得以真正独立。在古代自然经济中，突出的是人的依赖性、人对人的依附性，以经济生活的禁欲主义、政治生活的专制主义、文化生活的蒙昧主义为主要内容。计划经济则建立在信息必须完全、按劳分配行得通、供给和需求完全对应的假设基础上。其背后是两个关于人性自身的假设：计划着完全理性、经济行为的主体是完全的道德人。马克思：市场经济培养人的一切社会属性，并且把这具有尽可能丰富的属性和联系的人，从而也是具有尽可能广泛需要的人生产出来——把他作为尽可能完整和全面的社会产品生产出来。生产与消费本来统一，但市场经济却将两者加以区分，文明的进步就表现在中介环节不断增加扩展，市场经济则是中介环节最丰富、最成功的表现结晶。在非商品社会时代，经济、政治与文化之间是一种机械团结，是经济与文化对于政治的服从。商品社会时代，经济、政治与文化之间则是一种有机团结，是经济、政治与文化三者之间的相互制约、弥补、协调。20世纪既是一个自然人化的过程，即以符号交流的信息世界取代实体交流的自然世界，也是一个个体社会化的过程，即以等价交换原则实现人的全部社会关系，还是一个世界大同化的过程，即以开放、流动的公共空间取代封闭特定的私人空间与共同空间。在这当中，审美、文化的能力被技术化加以转换，审美、文化的本源被市场化加以转换，审美、文化的领域则被全球化加以转换。工具理性与价值理性、形式的合理性与实质的合理性出现了激烈的冲突。手段支配目的，形式合理性僭越价值合理性，犹如浮士德不堪人性的重负，转而以灵魂去换取肉体的快乐，人和商品的位置也发生了根本的颠倒，不是商品为满足人的需要而存在，而是人为了产品得以消费而存在。主体存在的精神基础分崩离析，自由的根本内涵一朝瓦解，没有了灵魂、没有了意义、没有了理想。被俘的普罗米修斯不再反抗，所有的矛盾、冲突没有消失，消失的偏偏是人类自己。虚假的意识、消费的控制、颠倒的反映、欺骗的幻想、操纵的意图……法兰克福学派将大众文化称之为“社会水泥”，应该说也不无道理。事实的财富并不

《大众传媒与大众文化》

必然就是思想的财富。大众传媒不仅作为工具而存在，而且更作为世界而存在。美国的经验学派往往就技术论技术，着眼于技术的规律。欧洲批判学派却自觉地将技术还原到社会之中，着眼技术的意义。经验学派的研究固然可以使得作为工具的大众传媒凸现而出，但是同时却又会使得作为世界的大众传媒意味深长地缺席。而在批判学派（包括德国的法兰克福学派、英国文化学派、政治经济学派、法国结构主义、后结构主义和后现代主义学派）看来，传播活动不只是一个物理性的事实，而且是一个意义的过程。法兰克福学派从德国哲学传统中继承了思辨倾向、终极关怀和乌托邦理想，对大众传媒、大众文化持激进的批判态度，深刻地洞察到现实世界的在商品异化之外的最新的堕落——意识异化。他们认为“文化工业”的提法比“大众文化”更为确切，也就是因为这个定义排除了大众文化是大众自己创造的这一内涵，而更多地体现了大众文化的被控制、被操纵的特质。大众文化是被异化了的文化，一种商品的拜物教，它千篇一律，丧失了自主的性格，完成不了颠覆、否定和救赎的使命。在文化工业中人只是处于原子状态，彼此之间联系贫乏，是一个个被动挨打的靶子，任凭统治阶级自上而下灌输意识形态。法兰克福学派的理论蕴含着一种深沉的人本主义精神和犀利的价值批判态度，它给予我们的最为宝贵的财富就在于一种哲学的深度，一种对于现代社会中文化异化现象的杜鹃啼血般的提醒。然而深刻与片面往往同路而行，法兰克福学派的硬伤也是显而易见的。相比之下，英国文化学派不足的是哲学的深度，但是富有的却是平民式的实践精神。霸权理论是葛兰西留给大众文化研究的重要的理论财富。大众文化因此被看做斗争与妥协共存的文化，又被看做强加与自发兼具的文化。在哈贝马斯看来，理想的公共领域应该充满理性和批判的力量，它成为他心目中的乌托邦。然而进入垄断资本主义以后，伴随着科技的大发展和市场经济渗入传媒，文化消费取代了文化批判，最终景观的社会取代了理想的公共领域。海德格尔认为在技术的白昼存在已经被完全遗忘，人类已经无法找到可以栖息的家园。贝尔则指出当代文化是一种视觉文化，当代文化只关注享受而没有了震撼的力量。法兰克福学派把科学技术定性为一种新的意识形态，对发达社会中科学技术如何执行意识形态功能进行研究。认为科学技术成为了脱离群众而使行政机关的暴行合法化的意识形态。哈贝马斯认为科学技术担负起了促进发达工业社会合法化的力量源泉，它成功地把实践问题重新界定为技术问题。马尔库塞认为技术控制造成了一个单向度的社会、单向度的人和单向度的思想，合理的技术社会实为合理的极权社会，每个人都只能模仿世界，却再也不能对社会提出抗议。他的结论是资本主义的发展规律为：技术进步+社会财富的增长=奴役的扩展。科学技术没有成为解放的力量，反而消弭了人们的斗志，因为技术崇拜造成了一种根本不关心人的价值和需求的社会形式。人在工业体系中正在面临着失去他活生生的人的本性的危险。在当代社会技术已经成为了一种创世的力量，是人为自己找到的上帝，并且常常是先有虚拟再有现实，以未来为依据，将可能世界嵌入了现实世界。未来在技术的挟持下向我们走来，而不是我们通过自身的拼搏向未来走去，技术正日益全面取代人类自身。如轮子将道路包孕其中，飞机更是把路卷起来随身携带。技术可以通过观念化模拟的方式去做一切人类不想做之事以及人类不能做之事，但其手段却只是复制，因而也就必然要以牺牲人类最为宝贵的人性体验、情感体验、内心体验作为代价。技术对于文化的介入已成为人类在20世纪所遭遇到的一个斯芬克斯之谜。技术不但要影响一般的文化，更要制造自己的文化。现代社会是非线性进化，但技术却偏好直线和节能模式，单向地看待世界，常常与人类生存的目的背道而驰。人创造了技术，技术又反过来创造了人类。技术为人类实施了精神生活的绝育术，余音绕梁、回味无穷变成了过把瘾就死，这无疑是精神生活的丧失。地球甚至不再是一个村庄，而只是针尖。复制技术更是使我们每个人都成了王子。技术迫使文学艺术去寻找自身的创造潜能、为影视所无法替代的特性，重新确认自身的价值和稀缺性，一些文学作品完全无法搬上银幕。倘若不是摄影技术的逼迫，绘画或许就不会走上以强烈的个人主观感受、主观精神作为表现对象的抽象之路。在当代社会，娱乐第一次具备了自身的合理性，成为了人类的生命权利。劳动不再是娱乐的前提，爱玩并不可耻，可耻的是不让人类玩。尽管无法满足胃口的需要，但是却可以满足舌头的需要。然而，难道舌头的需要就不是需要？这正是长期以来被人类所完全忽视了的问题。对于虚拟的形象的崇拜则是拜物教的深化和当代转换。在传统社会时尚充其量只是一种时髦现象，而且是皇室与上流社会中的点缀和装饰，与平民无缘。时尚从来没有像今天这样强有力地支配着人们的生活，也从来没有像今天这样变化多端。时尚成为一种惊人的社会力量，一种社会变化的潜在动力。正是由于置身平面结构的社会，时尚才会浮出水面。这种对于平面的追求，多半不是借此得到什么，而是借此忘掉什么。尽管在形式上追逐猎奇，但在实际上却与真正的创新无缘，因为没有比随波逐流更不严肃的生活了。时尚实在是一个消费时代的最大陷阱，一场精心设计的骗局，一出永远不会谢幕的城市假面喜剧。所谓时尚，应该说就是“一时之崇尚”。它不关心结果，只瞩目过程；

不追求最终目标，只欣赏沿途风光。时尚也是一个时代充满生命活力、勇于探索的象征。康德：时髦的蠢人比不时髦的蠢人要好。然而勇气往往也是一种诱惑人心的鸦片，以时髦始，以庸俗终，这已经是无数追逐时尚者的深刻教训了。以恐惧的心情看待时尚固然不足取，被时尚裹挟而去，总在模仿各种个性但偏偏实际又最无个性同样不足取。时尚成为生活的中心，人们自己却丧失了一切，灵魂、魅力、个性都被无偿出让。争相成为时尚中的演员，却并未意识到早就没有了观众。人类成为贪婪的消费机器，一切都是过眼烟云，唯独强烈的物质消费欲望经久不息；一切至于是否新潮、酷、派、潇洒、刺激有关，而与内心无关。自我评价被动摇，转而需要依靠他人对自己的看法。人们关心的不是如何通过自己的力量去自我实现，而是如何在出卖自我的过程中获得成功和认可。时尚的潇洒是用一种故作轻松的态度去掩饰内在的空虚，事实上只是精神萎靡的标志。大量随机产生、互相冲突的信息剥夺了传统的秩序性、服从性，没有统一性、恒定性的“机遇”左右着人类。所谓上帝死了，无非是一种传统的真理死了，一种稳定的心理结构崩溃了。物可以类聚，人实在无法群分，每个人都各操文本、各领风骚、各行其是、各异其异。浮士德把灵魂出卖给魔鬼之后，也就无所谓得到或失去了，因为他已经不再是他自己而只是一个玩物。摩西带领以色列人走出了埃及，当摩西上山去领受诫命时，人们却无法容忍由于他暂时消失而出现的恐惧，以致不惜违背他的教导做了一个金牛犊作偶像去顶礼膜拜。当代文化追求的正是这金牛犊，它意味着某种普泛化了的集体仿同和闲暇追逐，是精神的松懈而非精神的执着。媚俗的基本特征是一种为他人的表演性，一种虚伪和矫情。是对他人赞许及评价的需要。他人的目光是一面哈哈镜，媚俗就是在镜子面前搔首弄姿、忸怩作态。为取悦他人猥亵灵魂、扭曲自己，屈服于世俗。换言之，只要你是为他人而活着，为他人所左右，为他人而表演，其生存就是媚俗的。我们之间没有一个人能完全避免它。如果处处以取悦对方的心态去创作，就只能娱乐别人而不能娱乐自己，一味卖笑比拼命卖血还要难受。大众传媒作为世界，既存在异化的一面，更存在优化的一面。大众文化并非人类文化的全部，也非人类文化的根本，倘若忽略了这一界限，就会导致大众文化的失误。人们总是渴望另外一种生活，事实上也只能是这一种生活。如果这一种生活是荒诞的，那么另外一种生活也只能是荒诞的。丧失意义的日常生活与丧失日常生活的意义都令人无法忍受。大众文化也是一种娱乐文化。只经过脊髓神经不经过大脑。分裂的心灵以欣赏丑为满足。判断力被愉悦取代，有机被无机取代，永恒被瞬间取代，净化被过瘾取代，韵味被震惊取代。传统文化强调反思性的判断力，大众文化却强调酒神精神和醉境。到处是无因之果、无果之因。大众文化以获得一种即刻反应、直接感、同步感、煽动性、轰动性、冲撞效果为目的。人被扔来扔去，追求一种进入边缘的疯狂快感。作为超人而存在的欲望客体意味着对于必然的绝对超越，能够充分满足幻想，肯定不会出事情，这种表面上的积极姿态使人们大受诱惑。这类客体往往简单肤浅，不存在什么人性深度、伦理深度，功能十分简单。我们面对的是一个配方的世界而不是一个真实的世界，生活成为快餐式的片段。接受者始终处于一种兴奋、紧张、期待的状态，但并不现实。在其中人人心想事成，创伤与抚慰交替，平衡与断裂交融，观众落入了下一个节目将会以某种方式最后满足自己这种一再重复的希望陷阱，被这一重复不已、富有诱惑力的许诺所怂恿。而实际上他们所做的一切不过是无休止的徒然自耗而已。但文化、审美永远不能放弃自身的根本内涵。文化、审美活动永远要使人记住自己的高贵血统，顶起形而上的重负。大众文化可以不去着重关注终极价值，但却不能背离终极价值，更不能转而诋毁终极价值。一味沉湎大众文化，难免成为一个不自觉的吸毒者。这吸毒者只有倚仗大众文化所编造的梦幻世界才能聊以度日，宁可承担一无所有的灵魂空虚，也不愿涉足真实生活的生命悲怆。大众文化所强加给人类的，不仅仅是对于传统文化和审美的反抗，而且还可能是一种浅薄、虚幻、荒诞的观念，一种生命中不可承受之轻。大众文化故作潇洒，却无非是用一种故作轻松的态度来掩饰内在的空虚。生命中很多东西是有重量的，如金钱、美色、酒池、肉林，它们不像灵魂、自由、价值、温情、爱、美那样没有重量，但后者却更有可能把人压垮。这是一种生命中不能承受之轻，也是在大众文化中往往要逃避的不可承受之轻。但实际上，人类别无选择。

《大众传媒与大众文化》

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu111.com