第一图书网, tushu007.com

<<理解大众文化>>

图书基本信息

书名：<<理解大众文化>>

13位ISBN编号：9787801094735

10位ISBN编号：7801094735

出版时间：2006-9

出版时间：中央编译出版社

作者：[美] 约翰·费斯克

页数：230

字数：181000

译者：王晓珏,宋伟杰

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：http://www.tushu007.com

<<理解大众文化>>

内容概要

本书从广告、猫王和麦当娜、汽车等日常生活中文化现象的分析入手，勾勒了有关资本主义社会的大众文化理论，包括法兰克福派、民粹派等。
费斯克既是卓有成就的学者，也同时是大众文化迷，这个双重身份使得本书对大众文化的解读独树一帜，它带着乐观主义色彩，着重强调大众文化的创造性、娱乐和逆反功能。
《理解大众文化》已经成为一版再版、被广为征引的关于大众文化和后现代文化的经典著作之一。

作者简介

约翰·费斯克，美国威斯康辛大学麦迪逊校区传播艺术教授。
在大众文化研究方面，著述甚广，著有《解读电视》，《传播研究导论》、《澳洲神话》、《电视文化》等。
他也是《文化研究》期刊的总编辑之一。
费斯克教授出生于英国，并在大不列颠完成学业。
他曾执教于英国以及澳大利

<<理解大众文化>>

书籍目录

序中文版导言前言第1章 牛仔美国 商业与大众第2章 商品与文化 大众的层理 文化商品 电视的两种经济 日常生活 界定大众第3章 生产的快感第4章 冒犯式的身体与狂欢的快感 规训的策略 狂欢节 《摇滚与摔跤》节目 身体控制第5章 大众文本 生产者式文本 语言 过度与浅白 矛盾与复杂性 文本的贫困与互文性第6章 大众的辨识力 相关性 大众的生产力 “迷”与生产力 消费模式第7章 政治 民粹主义与左派 大众、民粹主义与民众 进步的怀疑主义 生产相关性 大众文化与社会转变参考书目索引译后记

章节摘录

他工人或与自己家庭的团结。
凭借其他工人的“共谋”（此举挫败了厂方试图在他们中间灌输的竞争观念），他成功地“欺骗”了自家根据地的既定秩序。
“假发”远远不是向手工艺者或个人式的生产模式的倒退，而是将其他时间、其他场所的“大众的”技巧，重新引入到工业空间（即引入到当前的秩序）。
于是商城这一场所，转变成由弱势者控制的数不胜数的空间。
青少年将它们用作碰面、幽会、展示并消费时尚的空间；百货商店成为储藏各种形象的取之不尽、用之不竭的资源宝库。
可以转化成个人风格，或个人的发言途径。
母亲与孩子以及老人．在极冷极热的天气里，消费着商城的暖气或冷气。
在冬天，商城成为不少人的室内运动场；有些商城贴着欢迎“商场步行者”的海报，另有一些商城则在步行地点周围，方便地设置了运动区，以便步行者可以增强对这些资源的利用，从体制中得到更多的好处，尽管体制本身知道这一点。
这些“狡猾的”步行者中，究竟有多少以及到底是哪些人变成了消费者，没人能知道。
殖民化的权力(colonizing power)也说不明白，它究竟是在割让地盘给那些游击队员，还是已经遏制了后者的行动。
不过，要把这一举措称之为遏制，等于是在战略的意义上谈论并且是低估了那些未被遏制的数不清的战术偷袭。
商城这一场所，是为商业目的而战略性地设计出来的：一家大型超市和/或百货商店的吸引力，在于出售生活必需品；而它/它们周围那些琳琅满目的专卖店，则出售着各种奢侈品、自制的货物，或者更为日常的产品——如成药、T恤衫等。
其间星罗棋布着休闲服务、烫发美容、旅行社、电影院、咖啡屋以及饮食部（从小吃馆到快餐连锁店）。
在它们中间或四周，是开放的空间，休息区、电话亭、银行自动取款机、喷水池、植物等等。
此外，在某些战略性的决定时刻，它们还会安排娱乐活动或展览、时装表演、当地学童的舞蹈演出、圣诞颂歌演唱、魔术、电视转播的游戏节目以及明星登台献技等。
有预定用途的场所与时间安排，显然是一种商业战略，但此处却存在一个巨大的悖论——权力为达到其目的，只得将自己的薄弱环节投献给攻击者；也只有将自身的脆弱处展露给那些游击队员，这些占领军才能继续控制这块地盘，而无论这控制何等微弱。
因此，作为商业战略的这一场所，压抑了它的组织战略：它被迫认识到，大众的用法不会遵照它的战略规划，因此，该场所变成无定形的、开放的，而人们随心所欲地使用它。
于是吸引消费者，就是在吸引欺骗者；鼓励消费，就是在鼓励欺骗、抢掠与“假发”。
德塞都（1984：40）辩称，我们生活其间的官僚体制商业秩序其成功本身，富于悖论色彩地创造出自我颠覆的成分，而现在它的存在本身，恰恰依赖着一些裂隙与弱点，正是这些裂隙与弱点，使它在大众的突袭面前显得如此脆弱：　　不管怎样，在当代史的范围里，技术专家治国论式的科技理性的一般化与扩张，似乎已经在体制的不同环节之间，造成了一些具体实践的断裂与急速增长，而这些具体实践以前是由稳固的地方单位管理的。
种种战术越来越经常地脱离原来的轨道。
它们从昔日限制它们发挥作用的传统社区中摆脱出来，开始在一处正变得同质化并且愈益广阔的空间里四处游走。
消费者被改变成移民。
而他们在其间到处行走的那一体制本身，则因过于庞大而无法将他们固定在某一处。
然而对这些消费者/移民来说，这一体制却又过于拘束，竟至于使他们无法规避这一体制而浪迹别处。
事实上也不再有“别处”。
恰恰由于这一点，“战略性”的模式也遭到了改变，就好像败在它自己的胜利的脚下。

詹明信(Jameson，1984)在反思波特曼(Portman)设计的洛杉矶波拿文彻(Bonaventure)宾馆时注意到，那里的空间是如此的无序，就好像无政府状态一样——这家宾馆完全没有办法在其商城，就其本身或与消费者建立任何秩序。
在这种组织性失败当中，人类身体的能力，即“从感官上组织切身的环境，在认识的意义上测绘身体在可测绘的外在世界中的位置”的能力，被超越了；而且我认为，这意味着事物的秩序无法安排个人的位置。
詹明信继续说道：　　身体与其周遭环境之间这种令人忧虑的断裂……其本身就是一个甚至更为尖锐之困境的象征或类似物，而这一困境，是我们在测绘庞大跨国的、解中心的交往网络(我们发现自己以个别主体的形式，陷身其间)之际，我们心智的无能为力。
(83—84页)　　詹明信认为，“资本第三阶段的新的、解中心的全球网络”，是一个“权力与控制的网络”，而“我们的心智与想像力很难把握”这一网络(80页)。
詹氏的论点表明，该网络决定我们主体性时所具有的权力是如此松散，以至于其本身都是可以置疑的。
实际上，该权力还可能极为遥远，以至于它并未建立秩序，而是生产出支离破碎的后现代主体。
正如艾柯指出的，体制越庞大，耍花招便越容易，而它对体制内部的活动者进行控制的可能也就越弱。
　　早期资本主义的结构是显而易见的，它的权力行为也很容易为人理解。
当工厂主居住山间的别墅，而工人住在工厂或井口阴影笼罩、黑烟缭绕的简陋工棚时，我们便呵知道安排着他或她工作或居住之所的那个体制的存在。
体制之显而易见，正如其昭然若揭之不公现象，其权力是赤裸的。
如今，向公司资本主义(corporate capitalism)的转变，是走向不可见性的一种转变；体制变得越来越抽象，越来越远离日常生活的具体经验，因此也就越来越难以理解。
晚期资本主义进一步转向超越民族国家的跨国状态，在此过程中，资本主义体制已变得如此遥远、如此疏离、如此不可理喻，以致于其控制并安排日常生活细节的权力，已经富于悖论色彩地消弭殆尽。
因此“波拿文彻”式的后现代场所，是它的每一位使用者的破碎的、短暂的、非连续的空间的无序、无组织的状态。
资本主义体制建造并管理着商城，而该体制的秩序，一直有以一种街角的小副食店永远不会发生的危险方式，转变成因存在商城使用者而带来的失序状态。
界定大众不可能存在一种宰制性的大众文化，因为大众文化之形成，永远是对宰制力量的反应，并永远不会成为宰制力量的一部分。
但这并不意味着宰制性社会群体的成员，便无法参与大众文化——他们非但能够，而且确实参与。
不过要这样做，他们必须改变他们的效忠从属关系，与那些赋予其社会权力者保持距离。
一名商人犒赏同僚，并一起在运动场的私人包厢里观看足球比赛，这不是对大众文化的参与；不过同一个人，如果他脱下正式的经商服装，在体育馆廉价的露天看台。
　　……

媒体关注与评论

阿尔都塞对20世纪意识形态理论的贡献在于他发现了主体建构与意识形态国家机器之间的内在关系。
在论述这个关系的过程中，他详尽地分析了国家、教会、学校、家庭和司法等机构在人的“自我意识”形成中所起的重要的“召唤”作用。
他这一理论极大地深化了人们对现代国家和社会如何自我正当化的认识。
无论是“国家”还是“个人”，这两个概念的相对自足性，在阿尔都塞的质疑下都成了问题。
但是，在当代资本主义发展当中，特别是二战以后，由于大众消费社会的形成，出现了种种阿尔都塞所不能预料的新的因素：商品和物的体系包围了人，并发挥着越来越多的意识形态功能。
重要的是，与阿尔都塞所分析的国家、学校等机制的活动方式不同，当代意识形态的有效过程主要是通过日常消费的行为完成的。
这是一个非常深刻的变化，正是以此变化为背景，一批被称为“伯明翰学派”的英国批评家开始了对当代文化批评的开拓，继而影响世界，使文化研究迅速普及于许多国家，并在80年代之后成为当前世界上最活跃的理论领域。
在阿尔都塞之后，英国的斯图尔特．霍尔(Stuart Hall)、托尼。
贝内特(Tony Bennett)等一批理论家，不仅对以往有关意识形态的经典论述进行了批判和分析，而且借此对大众媒体与国家、个人的关系，消费与意识形态的关系等等问题，都作了新的讨论和阐释，或者提出了新的理论。
这些理论活动深刻影响了文化研究的发展。
在一个新的批评视野里，以精英文化为主体的诸种文化现象不再作为分析和研究社会体制和意识形态的主要对象，恰恰相反，这种分析和研究把注意力转向了被以往的理论活动所排斥或推向边缘的领域。
大众文化，以及与大众文化密切相关的大众日常生活，诸如广告、时装、电视剧、畅销书、流行歌曲、儿童漫画、新闻广播、室内装修乃至休闲方式都成为理论分析和批评的主要对象。
因此，文化研究不是我们通常字面上所理解的那种对“文化”的讨论，也不是在各种传媒学科的名目下发展起来的一般意义上的大众传媒理论，而是特指近几十年以来，在英国的“伯明翰学派”推动下成熟起来的一种跨学科研究；这种研究不仅涉及到20世纪资本主义的文化生产，而且涉及当代资本主义的意识形态建构和新的结构性压迫的形成，涉及到它们和文化、经济生产之间的复杂关联。
可以说，文化研究已经成为人们对自己生活其中的当代社会进行反省和思索的一个最具批判性的认识活动。
近十几年中国最大的变革无疑是市场经济的迅猛发展。
在这一发展中，中国当代社会的变革涉及政治、经济、文化多个层面。
各个层面的变革又相互缠绕和渗透，形成历史上前所未有的复杂形势。
更可注意的是，有很多迹象表明，虽然还远不够富裕和发达，但中国社会已经开始进入大众消费时代，特别是大都市和沿海经济发展较快的地区，“物的体系”对人的包围已经形成，商品消费已经成为人们主要的生活形式，同时，大众文化如洪水般蔓延全国，广告、时装、流行歌曲不仅深入人的日常生活，而且成为亿万人形成自己道德和伦理观念的主要资源。
……

第一图书网, tushu007.com

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:http://www.tushu007.com