

文化研究的局限与发展前景

范玉刚

(中共中央党校 文史教研部, 北京 海淀 100091)

[摘要] 在切合现实的众声喧哗中,文化研究不断面临范式危机而出现分化。在如火如荼的文化发展中,文化研究逐渐背离初衷,愈发遮蔽底层民众和边缘群体的声音。在多元文化的潮流中,文化研究出现两种主要趋势:一是从解构学科边界、跨学科“借用”理论走向自身的理论“创造”;一是愈发走向文化实践、特别是与风生水起的文化产业相关联,而获得更多的现实话语权。无论怎样发展,政治维度始终是文化研究挥之不去的底色。文化研究已经被人们赋予过高的期望而不堪重负。

[关键词] 文化研究; 大众文化; 文化产业; 文化语境

[中图分类号] G0 [文献标识码] A [文章编号] 1007-5801(2009)06-0101-06

在当下的语境中,文化研究之文化的内涵,已经大大拓展。作为一个意义系统,文化不只存在于艺术和知识。它还存在于各种制度和日常行为,而渐变成矛盾的集合体。文化研究思潮推动文化与社会生活相互渗透,以致社会生活愈发点染上媒介、权力、差异和符号化的色彩。其特征是混合、含糊、杂交、商业化和民主化。我们这样理解文化,同时也被文化所形塑。这种互动,既有融合,也有抵制。文化融入社会各个层面,与社会越来越同构。文化成为社会的修辞,社会成为文化的文本。“文化”愈益“社会化”,“社会”愈益“文化化”。换言之,文化的成了社会的,社会的成了文化的。特别是文化与市场经济、大众的文化权益紧密相联,催熟着文化产业的生产方式、消费方式。一个“大众—文化”的时代已然来临。

—

今日炙手可热的“文化研究”,绝非研究文化之

谓也,而是以文化的方式,大量借用、杂糅其他理论来研究社会。其中,大众文化因为在消费社会的强势地位,而成为“文化研究”的重中之重。

文化研究原本脱胎于社会秩序的变动,是为边缘群体、弱势群体张目的一种努力。理解社会变革,首先激活文化研究的生命。现存的知识范式,包括科学的知识范式和政治的知识范式,均出现危机。理解文化的社会变革作用,变革的驱动力已经由经济领域、政治领域转向文化领域。经济力量和政治力量正在全球化的世界中解构精英文化观及其研究范式^[1]。西方文明体系的内部秩序发生变动。伴随着非西方民族国家力量的逐渐强大,文化研究也改变了自己的重心,其目光从西方转向东方。文化的整合、同质化、统一等还在发挥作用,但遭遇的挑战越来越多。虽然美国依旧控制着全球盛行的文化与信息产业,但是,经济全球化加速文化的交往互动,使文化不断趋于同质化;文化的民族自觉日益高涨,使文化日益凸显本土化^[2-1]。全球化作为各种文化竞争

[收稿日期] 2009-06-16

[作者简介] 范玉刚(1969-),男,山东临邑人,文学博士,中共中央党校文史教研部副教授。

的场域,充斥着差异和权力的博弈,以及同质化与异质化的此消彼长、“本土”与“全球”的冲突融合。在全球化的过程中,全球性力量与本土性力量错综复杂地交织在一起,反过来助推本土文化的现代复兴。所谓“本土的”或“本真的”文化,并没有固定的内容与模式。对于输入的文化商品,本土文化必定要进行变化和限定。其结果往往呈现“混杂”的特征,甚至发生形式的变异。全球化可能使世界变小,使文化在交融中呈现出多面孔。因而,它受到某些人的赞美和欢呼,也遭到某些人以本土的“根”的名义的抵制。所以,“说到全球文化,最好不要把它理解为共同的文化”^[2-2]。全球的文化互动,造成文化符号与文化消费者很难形成固定的关系,使得人们生活在多元文化的认同之中,彼此间并不相互强化。

理论旅行带来的文化研究及其消费文化,早已从话语的叙事层面深入到大众的日常生活,深入到无尽的“物”和审美的“幻象”所制造的一系列狂欢之中。这是一个大众文化流行的时代。大众文化的流行,表征着新的社会阶层——中间阶层的崛起,而且颇具规模。当下的大众文化超越自身的界域,通过扩张话语空间建构起广泛的消费主义意识形态。它在改写文化格局之际,僭越其他文化类型的存在空间。其打造的一系列文化奇观,成为当前大众消费的“神话”。

中国兴盛文化研究,有其内在的学理渊源和外在的现实需求。中国的大众文化研究,大体上经历3个阶段:20世纪90年代初期至中期,主要是借助法兰克福学派的理论资源批判大众文化,多限于阿多诺、霍克海默、马尔库塞的理论,而洛文塔尔和本雅明的理论尚未引起足够重视。20世纪90年代中期至后期,由于李泽厚的介入和海外学者徐贲呼吁“走出阿多诺模式”,才有了对大众文化的反省和重新认识。世纪之交以来,由于费斯克理论的流行,学术界认识大众文化进入了众声喧哗的复杂时期。其中,既有对法兰克福学派批判立场的坚守,也有对知识分子精英立场的清算。有人认为,大众文化改变着中国当代的意识形态,积极地影响公共文化空间,乃至文化场,因而表现出文化研究的开放性、建构性及其浮躁化。我们认为,文化研究应该直接切入现实的语境,结合中国的社会结构、经济发展、文化转型来阐释中国大众文化的生成和发展,做到多视角、多

声音、全方位地洞察研究对象。对于中国的大众文化研究,尽管众声喧哗,但真正的融合、对话与超越,尚在途中。无论是实践还是理论,都有待深入。

在大众文化的视野中,“大众”有分流、分层。在“自我想象”和欲望修辞学的诉求中,“大众”却是庞大而匿名、同质性极高、且迅速增长和扩散的群体。它受到国家政策的保护和支持,担当着社会中坚力量的角色,为社会的发展、稳定及其转型发挥着重要作用。大众文化的众声喧哗,折射出文化研究的某些局限。除了关注大众文化和文化产业,文化研究还对底层民众和那些无声的群体寄以同情,甚至为其代言,但这方面的声音时常被遮蔽。保持文化研究关注现实状况、边缘状态的冲动和激情,需要使用任何文化资源,而不恪守陈规和学科建制。它拒绝学院高墙的阻隔与间离,直面思想和社会的挑战,既能保持中国文化观念的本土性、文化经验的原生态和相对于西方理论模式的异质性,又能呈现大众文化研究的条理性与体系性,从而获得相对现代的理论形态。这确实具有相当的难度。

二

文化研究的历程显示,大众文化由早期的 mass culture 到当下流行的 popular culture,展示的是权力的变更;由当初消极被动的贬义到当下积极主动的褒扬,显示的是文化领导权已经向资产阶级正统派回归。资产阶级夺取话语权,只有肯定 popular culture 的社会地位,才能获取向全球倾销文化产品的“出师之名”,才具有建构文化霸权的合法性基础。今天的大众文化,以其朝阳产业的经济地位日益为各国政府、跨国公司、经济精英所倚重。在精神内涵上,大众文化也不再是“矮子”。在侵蚀各种文化边界之际,它不仅向主流文化、精英文化渗透,给疲惫的大众带来身心抚慰,甚至还驱使精英文化、主流文化成为其市场冲动(追求利润最大化)的筹码。文化力量的博弈,往往伴随着复杂的权力生成。大众文化发展至今,它的政治参与姿态愈加明显。如其实践表明的那样,文化研究中的“文化”一词,重心既不在美学方面,也不在人文方面,而在于政治意识。对于大众文化的市场分类、受众分层来讲,这其间的复杂性,可以颠覆任何一种结论的普适性。因为,每个结论都带

有一定的冒险。在中西文化激荡的全球化舞台,不同语境中的大众文化不仅存在市场分类的“错位”,还存在着“趣味”的错位。

关注海外文化研究的多元化与差异性,旨在为本土文化的实践找到更好的、相互契合的研究方式。从早期到20世纪70年代中后期,由知识左派发起的英国文化研究,借鉴了葛兰西、布莱希特、本雅明、阿尔都塞、福柯以及社会学的研究成果。它探讨流行文化内部、尤其是青年亚文化的抵制策略。种族、(工人)阶级、性别等是其关注的中心。而在上个世纪80年代,美国知识分子借助英国文化研究获得了“重新发现”^①,并且受到读者反应理论和接受美学的影响。他们配合美国的文化战略,将大众文化研究的目光投向大众和大众文化产品的消费,认为大众所进行的文化消费具有能动性。然而,在具体的研究中,那种阶级的观念、批判的视野不是遭到忽略,就是被边缘化。这正切合了当时国际社会(里根、撒切尔的政府等)摧毁福利社会的现实,而完全依赖于市场力量。岂不知,市场的平面化价值根本无法批判和提升社会及其大众文化。市场遵循的是流通、分配、消费和再生产的逐利逻辑。其健全合理的运行要有人文精神作出引导和提供内驱力。把力量寄希望于市场的自发调节,可能摧毁文化的内向度价值,削平它的深度。将其贯彻到文化产品的创造之中,就会彻底破坏文化本有的批判功能、提升功能。这应当引起中国大众文化研究者的警觉。

在中国,相对于日新月异的大众文化现象,理论的滞后和阐释的无力是明显的。目前,大众文化研究基本上还是学院派知识分子的“天下”。他们解读大众文化,只有立足大众文化的实践,领会大众文化研究的“中国问题”和全球化语境下的“错位意识”,洞察文化融合所掩盖的社会阶层急剧分化,洞悉不同阶层的社会矛盾,倾听各个阶层发出的文化诉求,才能够本真地理解大众文化。事实上,大众文化的流行已经表明,它借助市场的力量渗透进大众的文化心理结构,在大众的日常生活中占据了主导地位。

无视这一事实,就会使主流话语在大众层面陷入孤立、僵化,甚至“失语”进而失效,最终使大众听不懂或者不再理会主流话语。因此,社会主流文化既不能绕开它,也不能蔑视它。我们主张,以“先进文化”理念引导和规范多元文化的发展。在肯定文化多样性的同时,尊重大众的文化权利。在文化产品的生产加工中融入社会主流价值,使大众在消费中生成文化自觉。也许,这样的见解不失为一种期望,这样的研究才会回到文化研究的问题域。

21世纪的文化研究应该重新审视以往所秉持的阶级观念,通过理论探讨,适应最近15~20年间出现的新形势。文化研究开拓了学术空间,使得知识分子能够从女权主义、性别研究、直至马克思主义等理论中汲取不同的旨趣。文化研究是学术交流最有活力的场所之一^[3-2]。在当下的社会生活层面中,大众文化具有强大的生命力。在改写文化内涵之际,它不断地修正文化研究的视野。文化研究及其对大众文化的解读理论,潜在着这样的本真性诉求:力图抵制越来越物化的社会生活和全方位的权力渗透,力求摆脱越来越技术化、组织化、官僚化(科层化)的社会整体结构和现代人的单向度抗争。文化研究若要获得长足的发展和持久的生命力,就不能没有批判视野和审美判断。正是这种形上的维度,支撑着文化研究的下坠。值得警惕的是,一旦遭遇形上向度的萎缩和无所不在的权力侵蚀,所谓的反抗就成为有“卖点”的仪式和象征,成为大众所接受的文化商品,反过来愈发强化对大众的控制。

在不同理论的视野中,大众文化的意味是迥异的。法兰克福学派的批判固然有精英主义的傲慢,但他们深刻地揭示大众文化在西方社会的经济结构、文化结构中的作用,即大众文化有利于统治阶级或官僚体系。在一定意义上,大众文化有效地反映经济精英的价值观念并且提供社会控制形式^[4]。如果说,人类以文化确认其人文性质与人生标的,并且以文化鼓舞其自由与尊严,那么,大众文化的概念与理论则否认文化的这些意义。作为一种神话,大众文化将

① 在约翰·卡洛格罗看来,这种“重新发现”的主因是当时的知识分子受到4种文化现象和政治思潮的影响:第一,国际保守势力,如代表社会政策和政治权威的撒切尔、里根和马尔罗尼政府进行了联盟;第二,原本已经被保守势力边缘化的学派,如女权主义、后结构主义、解构主义、民族研究、后殖民研究及新马克思主义也结为同盟;第三,知识分子对于通俗文化、传媒、“非经典”文化的表现形式和同一性问题表现出前所未有的关怀;第四,知识分子开始认识到文化研究具有深远的政治影响^[3-1]。

资产阶级兼具民主与集权的支配状态合法化;作为一种理论,大众文化是空洞而贫乏的,凸显意识形态作用^[5]。生成于不同的文化语境和特定的历史时期,中国大众文化带有海外姻亲的基因。但我们更多地寄望于以本土经验为基础的中国大众文化研究。很多时候,文化研究者徘徊于利维斯主义与美国式大众文化的立场之间。利维斯认为,文学批评旨在创造并传承具有教化作用的价值观念。在他看来,现代文化流弊孳生,不以人性为重,不以社群为念。基于这样的认识,利维斯很自然地把文学批评的职责定位于抗拒工业社会的支配和唤醒人们重视人文价值、社群意识及共同文化。而费斯克等美式文化研究者则对大众文化躬身践行,对大众文化的“解放”和抵抗寄予言过其词的厚望。这些都说明,现实中的文化认同和立场抉择是艰难的,选择的犹疑是必然的。随着大众文化的日益复杂和文化实践的日益多样,大众文化研究也呈现多元化。除了关注一系列文化奇观和越发细化的大众文化分类市场之外,大众文化研究更应该将关注的目光转向社会民生、边缘群体生存等突出的现实问题。

今日中国的文化冲突,已经不单纯地表现在文化的形态和观念,它还存在于人们的行为方式和实践选择。“自我塑造”成为相当普遍的文化信念。而服饰、职业、形象、情趣等的个人化与个性化的倾向越来越突出。它的进步无须赘言,但同时,公共话语和共同关怀的状况,不能不令人忧心忡忡。文化冲突是我们面对的现实。我们有必要描述它,也有必要表达我们的立场^[6]。面对多元文化的激荡,文化研究弥漫着文化的悲情主义。大众文化的异军突起,改写了文化发展格局。大众的生存方式、生活方式、休闲方式以及消费方式、交际方式,甚至经济运行方式、产业结构、劳动、就业、教育等,都在大众文化的语境中发生了变异。人们界定和理解美的视角也发生了变化。我们既不能站在精英主义的立场上,看不到大众文化的积极价值,也不能完全认同市场的平面价值,看不到大众文化的弊端。我们必须清醒地认识到,尽管大众文化的流行及其产业化有着种种的不足和缺陷,但作为人类文化史上的重大事件,大众文化的产生和存在都是不容忽视的。我们必须正视它、研究它、优化它,提升它的内涵和品位以及大众的审美趣味和创造力。无论大众文化怎样复杂

多变,其存在和发展,尤其是在原初阶段,往往带有较多的“革命”色彩。塑造多元社会、形成市民社会、敞开价值合意、消解板结化的主流话语霸权等,在全球化语境下较快地进入现代社会和提升综合国力,大众文化都作出了积极贡献。这正是很多学者肯定和张扬大众文化的现实理由。相对于西方大众文化在现代化进程中的嬗变、在“市场”介入后形成的转向和板结了的同化意识,中国的大众文化本身就是市场经济直接催生的产物。它发轫于市场经济,更以世俗化的运作方式维护着市场的游戏规则。它“制造”了大众、大众“需求”和大众的认同感。它受到社会主义国家的宏观控制,也受到市场运作逻辑的主宰。在大力推进市场化的全球化、现代化的语境下,大众文化凸显追逐商业利益的经济维度。中国是社会主义国家,在繁荣文化产业之际,必须以人民群众的文化利益为着力点,把握好文化事业与文化产业之间的“度”。我们发展有活力、有竞争力的民族文化产业,守护文化的价值根基,要警惕大众文化产业把外向度的量的指标当作唯一目标。当前,“经济至上”、“消费至上”的观念全面渗透进社会生活。这有损于文化的内向度价值而单独助长文化的外向度作用,全然不顾长远的、终极的人生关怀,仅仅着眼于经济效益和一时享受。因此,包容大众文化的多元性、多样性,也不能放纵它与后现代的某些“共享”;不可丧失批判视野,使大众文化研究成为与市场自由主义营销策略的“共谋”,也不可僵化,固守现成的理论来束缚大众文化研究。面对汹涌流行的大众文化,简单的批判和浅薄的欢呼都是不成熟的表现。只有认清其真实的存在并进行准确的定位,洞察当下的社会矛盾和文化融合,才能够通过一定的文化理念和文化政策、规则、制度等来校正它的存在方式,引导它的走向,使其朝着符合人性、整合矛盾和提升民族、国家的文化形象的方向发展。在我们看来,走向实践的文化研究必须呼唤民主权利,积极倡导大众平等参与,在文化娱乐、教育、就业、法律以及社会管理等领域为大众提供更多的机会和发言权。

文化研究原本站在底层民众和弱势群体的立场,发出他们被压抑和被遮蔽的声音。但遍览英国、法国、德国、美国、澳大利亚、乃至当下的中国,文化研究仍旧局限于少数的文化专家,更多的是文化精英的一种“游戏”。即使当代的知识分子告别了启蒙

运动,将自身谦卑地理解为阐释者,也未能改变这一现实。文化研究从前为边缘文化张目,现如今被娱乐化的大众文化所吸引。面对大众文化的强势增长,文化研究借此获得了一派繁荣。就现实而言,从立法者转变为阐释者,主要不是知识分子的实际地位发生了变化,而是其主观想象和社会认可度出现了变化。正是知识分子自我形象的变化,导致了文化研究的分化,造成了后现代的话语狂欢和消费主义意识形态的流行。在中国,解读大众文化,既要立足中国当下的文化现实,又要具有全球视野和世界眼光。至为根本的就是,要回到马克思主义的批判立场,回到真正的“中国问题”语境,探寻有效地阐释“中国问题”的理论框架。

三

进入20世纪90年代,如火如荼的文化研究成为社会生活中的靓丽风景,并且出现某种转向:一方面颂扬大众文化,推崇消费快乐;一方面肯定后现代全球文化,强调多样与差异。其研究虽然还在关注民众的文化,但却失去以往的批判性。这种“随波逐流”和缺乏自身的理论建构,以及追求跨学科的多元性,使得文化研究经常陷入各种“范式危机”。

为了应对危机,文化研究不断调整自己的问题域(在文化生产与文化消费之间变动)。由此引起视点的变换,同样造成文化研究难以把握。“文化研究的空间没有特定的知识领域或现实领域,因而无法根据它的内容来界定它;文化研究一视同仁地运用各种各样的方法论,因而无法根据方法论来界定它;文化研究内部始终没有达成一致的意見和目标,因而无法根据它的特定目标来界定它。”^[7]急剧变幻的现实开始分化文化研究。经历“文化研究”的巅峰之后,文艺研究正在朝着两种趋势迈进:第一种趋势是放弃或部分放弃初衷而回归理论自身,不断地走向理论化,并且进入大学课堂、研究论坛作表演秀。它部分地改变先前的文化研究总是“借用”其他学科的理论而不创造理论的状况,在消解理论、没有理论或者小理论流行的后现代,试图转向理论的“创造”。学科化、体制化是学术研究的一个发展方向,文化研究自然也不例外。但是,当下的人们仍旧寄望文化研究敞开丰富的学术空间。第二种趋势是愈益关联

实践,深入现实,特别是与文化产业相结合,把文化创新纳入自身的理论视野。文化与科技的结合生成许多新的文化业态。这给文化研究带来发展机遇,又通过对政策的研究深刻地影响文化的发展。

近年来,在制定新的文化政策的时候,欧洲乃至西方世界不约而同地选择“创造性”这个词,颇有趣味。这就是,“创造性”与“未来”相联系,专注于“创造性”本身的涵义和面向未来的开放价值;文化的发展与传播无不与文化产业、文化市场相关联。而产业、市场以平面化为价值取向,以消费为手段,以获取利润为目标,必然使文化的个性、创造性受到损害。既然当下文化的发展很难摆脱文化产业、文化市场、文化消费的纠结,因此,彰显文化的创造性本质,纠正文化产业的弊端,同美国式的商业文化区分开来,就成为文化研究的重要内容之一。

当前,在建构、重构学科的过程中,文化研究的主导倾向凸显政治维度,契合了经济、政治、文化的一体化发展趋势。处在新的历史语境,文化研究与政治相关联,超越了文化主义与结构主义之争,得以重新审视文化运作背后的权力意识和意识形态,看到文化运作中各种权力的博弈和不对等、文化意义生成的多样性和多层次性、文化诉求之下的多元化利益。在文化研究的政治视野中,大众文化就是权力斗争与谈判的场域。它调和强制与抵抗,蕴涵各种矛盾力量,既追逐商业利润,也本真慰藉身心;既有抵制的意味,也有融合的特征;既是程式化的结构,也是即时能动的行为。

相对于此前注重文化生产,当下需要注重培育成熟的消费及其方式。文化消费远比商品生产更为复杂。大众选择使用文化商品并使它们成为日常生活的物质组成部分,可以有诸多方式。诸多的消费方式表征着认同的多元化和各种权力的博弈。大众文化的商业娱乐性,更多地展示着它的经济力量——逐利的市场逻辑。它并非抵制,而是“复制和再生产消费资本主义的逻辑”。在契合跨国资本的流动、伴随扮饰美的流行中,美的要素被植入商品生产的程式配方。虽然文化生产也是意识形态生产的主要场域,但在文化实践中,意识形态属性退居幕后,表现为资本会说话的经济活动。在文化研究的视野中,文化被视为意义创造的过程、身份认同的过程、理论创新的过程、产品增值的过程。

作为政治的一种学术实践,文化研究的核心目标之一就是培养批判性的知识分子,使“文化研究”成为监督性的公共领域。出于这种学术视野,知识分子的反学科实践,有可能发展出解放性的社会实践。但文化研究不是政治运动。它必须首先成熟为理论研究和教学实践。同时,我们还要清醒地认识到,文化研究自始至终都是体制空间中的一种学术实践,并不意味着它从未受到大学以外的社会政治力量的影响,倒是不曾有过纯粹的政治性文化研究,学者们也从未随心所欲地驰骋在教育空间^[8]。事实上,文化研究被人们赋予过高的期望而不堪重负。为了这种“期望”,文化研究顽强地抵制着对它实行的学科化和体制化,侵蚀着看似铁板一块的其他学科。事实上,其他学科也在不断地调整着自己的研究对象、研究范式、研究方法和研究理论。文化研究自认为在这方面不同于如社会学、历史学、文学等学科。从现实看,文化研究的主阵地还是在大学校园和学术机构。离开学科和机构的依托,文化研究想在政治实践上大有作为,充其量是一种策略,旨在改变边缘化、小规模化的存在状态,抑或显现某些知识分子过大过空的政治情结。

文化研究在根子上就是一种理论实践和学术研究。其研究对象因时而变,呈现出不同的形态。至于呈现何种形态,完全取决于谁在研究它,为什么研究它。文化研究广泛地借鉴人文学科和社会科学,借鉴人类学、文本理论、社会—政治理论和媒介研究,也从历史、地理、视觉艺术、表演艺术那里获益良多。文化研究有责任反思自己的知识生产模

式。它关注边缘和边界,既包括话语性的,也包括社会性的。它不忘记研究自身的知识性、学术性的身份、方法和著作,置疑任何种类的学科权威和任何形式的标准化。但是,我们看到一个不容忽视的事实,就是全球大众消费文化的语言是英语。文化研究中占据统治地位的观点,是以英语为母语者的偏见,并且受到这些偏见的引导。对此,文化研究作为批判性事业,通过拒绝学科性的正统学说,给源于边缘的变革洞开方便之门,从而对差异和边缘性保持一脉相承的持久兴趣。这样一来,它并非全然学术性,目标似乎离初衷越来越远。由于文化研究的推波助澜,不仅新兴的“文化观”及其形态获得合法“正名”,而且其产业化获得政府的大力扶持,被当作具有战略意义的支柱产业。在喧嚣的鼓噪声中,法兰克福学派的批判声音渐行渐远。文化产业已经具备产业的共性,并且作为朝阳产业受到国际金融资本的青睐。跨国公司俨然成为文化产品最具竞争力的生产商,高新科技正在文化产业领域大显身手。对此,我们不禁要问,当下语境是否催生了这个时代艺术形态和美学形式?面对严峻的现实,任何一国政府都不会漠然处之,任由本国的文化空间成为他人文化的跑马场。面对强势文化的倾销,在国际自由贸易法则面前,设置壁垒拒之门外已无可能,唯一可行的就是大力发展本土的民族文化产业。大众文化研究与大众文化发展几乎同步。这种缺乏“距离”的研究招致一些学者的质疑。实际上,这样一种研究范式,反倒十分契合大众文化跨领域、跨门类的生成特点。

[参考文献]

- [1] [澳]约翰·哈特利.文化研究简史[M].季广茂,译.北京:金城出版社,2008:8-9.
- [2] [英]迈克·费瑟斯通.消解文化[M].杨渝东,译.北京:北京大学出版社,2009:12^[1],19^[2].
- [3] 谢少波,王逢振.文化研究访谈录[M].北京:中国社会科学出版社,2003:209^[1],114^[2].
- [4] [美]戴安娜·克兰.文化生产[M].赵国新,译.南京:译林出版社,2001:2.
- [5] [英]阿兰·斯威伍德.大众文化的神话[M].北京:三联书店出版社,2003:173.
- [6] 孟繁华.众神狂欢——世纪之交的中国文化现象[M].北京:中央编译出版社,2003:14.
- [7] 萧俊明.文化转向的由来[M].北京:社会科学文献出版社,2004:303.
- [8] [英]约翰·斯道雷.记忆与欲望的耦合[M].徐德林,译.桂林:广西师范大学出版社,2007:114.

(责任编辑 周晓中)