Globethics Repository



从文化、经济和社会背景看大众文化与伦理学研究 [Viewing Popular Culture and Ethical Research from Culture Economics and Social Background]

This page was generated automatically upon download from the Globethics Repository. More information on Globethics see https://www.globethics.net. Data and content policy of Globethics Repository see https://repository.globethics.net/pages/policy.

Item Type	Article
Authors	童, 世骏
Publisher	中国伦理学会；天津社会科学院
Rights	With permission of the license/copyright holder
Download date	2026-11-13 21:08:22
Link to Item	http://hdl.handle.net/20.500.12424/182796

童世骏：从文化、经济和社会背景看大众文化与伦理学研究

童世骏

大众文化现象确实值得研究。社会研究中的许多范畴和现代化过程中的各项任务都与此有关。

我特别感兴趣的是大众文化与精神生活的关系。中国人的“精神生活”的特点是包括心理生活、文化生活、心灵生活三个方面，而不仅仅是宗教生活。文化生活也是精神生活的一个重要方面。在“玉米”们的狂喜中，表现出来的不仅仅是一般意义上的文化享受。同样，梅侬对李宇春的评价，也不仅仅是一种文化评论，梅侬把李宇春作为文本，类似于陈寅恪的《柳如是别传》，研究对象并不重要，重要的是作者在研究对象中投射的个人情感和人生情怀。梅侬对李宇春的评价实际上是一个假言命题：如果李宇春是如此这般，那么我对她的看法就是如此这般。换句话说，假如经验研究表明李宇春并不是那样的，那我自然也就不对她那样评价。对假言判断来说，如果在否定前件的同时也否定后件的话，那么整个判断就仍然是真的。重要的是梅侬推崇李宇春的理由能否成立，而不是李宇春的“真实”人格，更没有必要在这方面作一些根据不足的猜测。同时“玉米”们也要明确意识到，自己推崇李宇春实际上是推崇自己心目中的李宇春所代表的那些价值，哪怕确实有材料表明李宇春并不真的是那些价值的化身，表明资本在背后起了操纵作用，也并不意味着要否定那些价值。

这里也涉及文化消费与资本的关系。资本不仅引导和操纵消费者，而且也迎合消费者。偶像消费、美貌消费甚至美色消费之所以成为当代经济的重要因素，是资本和消费者双方互动的结果。广告商看到一批大众文化的受众的存在，当然视之为大好商机。这里确实有资本操纵消费者的因素。那么有没有可能，让消费者反过来引导资本呢?我认为完全可以。做媒体的，做教育的，很可以做一点工作，使得我们的消费者的需求更有利于个人的自由全面发展，更有利于公众和社会；对这样的需求，资本照样会来迎合。这并非是乌托邦的想法，例如环保运动就在教育和引导消费需求方面取得了巨大成功；具有环保意识的消费者越来越多，他们在没有任何政治压力和经济压力的情况下拒绝购买不保护环境的商品，就使得厂商不得不更加注重环保产品的生产。

大众文化与狭义的“社会”即人与人之间的社会结合也有联系，这主要指大众文化与社会认同的关系。大众文化把大众与精英区分开来，同时又形成一个个亚文化群体，这些各有特点的群体不仅在消费着文化，不仅在过文化生活，而且也在过社会生活。任何群体都有特定的“社会认同”，而“认同”的另一方面就是“认异”，即表明自己与主流文化不同，与别人不同。这种现象值得研究。

这也涉及大众文化与政治的关系。在所谓后现代社会，政治与快乐之间也建立了密切联系。列宁曾经说“革命就是人民群众的盛大节日”。在后现代社会，不仅“革命”，而且日常政治，也常常像节庆那样热闹、好玩。所以才会有李敖这样的“政治家”，才会有我们经常在电视上看到的那些喜剧性或闹剧性场面。政治与娱乐的结合当然是很成问题的，但超女现象也提醒我们，在这个大众文化和文化消费的时代，政治不能太乏味，官方意识形态不仅要有“说服力”，而且要有“感召力”。对年轻人来说，一样东西即使很正确，但如果一点不“酷”的话，就肯定少了许多感召力。

讨论如何面对日益多变、多样的大众文化，势必要涉及如何避免价值相对主义，甚至价值虚无主义的问题。英国哲学家密尔说过，做一个不满足的人要比做一只满足的猪好，做不满足的苏格拉底要比做一个满足的傻子好。这句话很有名，但更有意思的是他紧接着问道：万一猪和傻瓜有不同的看法，我们怎么办呢?密尔回答说，那是因为他们只看到了问题的一面，而人和苏格拉底则看到了问题的两面。换句话说，人是经过动物进化而来的，苏格拉底是经过傻瓜的阶段才变得有学问有智慧的；人的价值观念高于动物的价值观念、苏格拉底的价值观念高于

傻瓜的价值观念，是一个从低到高、从看到一面到看到两面的学习的结果。一个半世纪以后，人们对价值问题上的高低之别、文野之别、对错之别不像19世纪中期的密尔那么有把握了，而越来越倾向于多元文化主义和价值多元主义。为了在这种情况下避免价值虚无主义的可怕结果，不少西方哲学家主张把规范与价值区分开来，把对错问题与好坏问题区分开来，认为尽管在价值问题或好坏问题上常常是众说纷纭，莫衷一是，但在规范问题上、对错问题上，仍然存在着普遍适用于不同文化和群体的衡量标准。我觉得还可以补充说，尽管在价值问题上不能简单地把不同价值观念的分歧看作是不同学习阶段的区别，看作是不同价值观念的文野之别和高低之别，但也不能简单地倒向“公说公有理、婆说婆有理”的立场，而要一方面重视同一个群体内有关问题的讨论和澄清，另一方面区别对待价值问题的不同态度。在对待价值的态度上要经历一个学习过程，从比较盲目、武断的和自我中心的态度，转变到比较理性、开明和相互尊重的态度，遇到自己不了解的、不赞同的价值观念时，只要还没有切实根据说对方是违反法律和道德规范的，是粗鲁的、野蛮的，就采取宽容、尊重和沟通的态度，在了解和研究的基础上再作判断。

对于研究文化问题的学者来说，在如何对待多元价值的态度问题上经历一个学习过程特别重要。以“超女”现象为例，要避免对“超女”作简单判断。在这里头，要有直觉、有思辨、有道德评价，也要有经验研究。怀疑、猜测和逻辑推论不是不可以，但那是用来提出问题的，而不是用来回答问题的。道德评价也不是都不要，从防止“后现代的”价值多元主义、价值虚无主义的角度来说，还要强调道德评价的必要性。但要强调，道德评价非但不能代替学术研究，而且还应该建立在学术研究的基础之上。

《道德与文明》　2007年第3期

/