

# 书评周刊

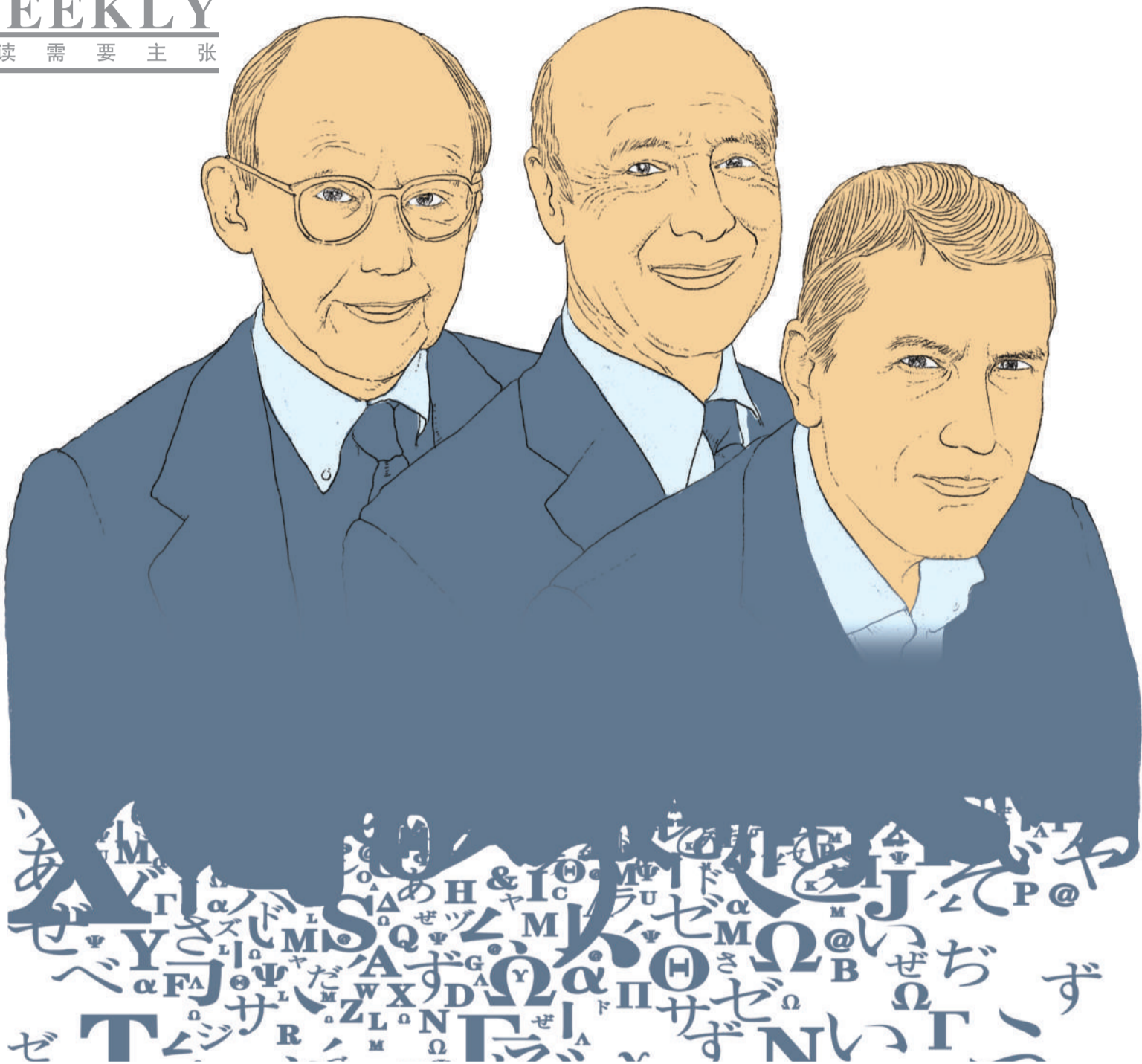
## WEEKLY

阅读需要主张



## 塞缪尔·亨廷顿→约瑟夫·奈→马特尔 争夺主流文化

很多年前，塞缪尔·亨廷顿提出“文明的冲突”，这个概念后来成了主流思潮；之后，有约瑟夫·奈提出文化“软实力”，这个概念，再次成为主流思潮；再后来，法国学者马特尔访问了包括两位前辈在内的1200名全球文化产业领袖，在此基础上的研究成果《主流》在《阿凡达》席卷全球之际出版，并就此提出“文化战争”的概念。现在，这本书有了中文版，而中国人自己的主流文化构建，也正在进程之中。 C03-C04 关注



新京报插图 林军明

【阅读观察】

### 何为主流

从文明的冲突，到文化软实力，再到主流文化之争，理论脉络的下面，是一种“主流”的，对当下世界进行认知的方式。两年前，算不上太出名的法国学者马特尔以一本《主流》对席卷全球的文化现象进行解释，立刻被世界各大媒体热捧，中国的《参考消息》也以不小的版面，对这本书进行解读，很显然，马特尔的调查与思考，触及到了这个时代的脉搏。

《主流》现在有了中文版，也给了读者更多思考“主流文化”这一概念的空间。其实从这本书，可以牵引出两个问题，什么是主流文化？以及如何打造主流文化。所谓主流文化，

当然不仅仅是流行文化那么简单，但在人们把主流文化和诸如创意产业这样的词语联系在一起的时候，其实大家心里都明白：主流不是创造，而是创意；主流不是发现，而是生产；主流让大多数人浸润其中，却很可能由一个小小的人群打造并传播。

《主流》出版的时候，《阿凡达》正席卷全球，所以这部电影被拿来作为主流文化生产与传播的范例，也就顺理成章。两年之后，我们有了另一部席卷而来的电影《泰坦尼克号》，和《阿凡达》不同，3D版《泰坦尼克号》在中国取得破纪录的成功，在世界上其他地方却相对平平

——但这一点都不妨碍它成为时代的话题。所以，主流文化既是生意，但又绝对不只是生意。它在传播的过程中带来与带走的东西，要多得多。

《主流》这本书列举了各种各样的主流文化，比如好莱坞和宝莱坞的电影，比如日本的漫画，比如韩国的电视剧，马特尔努力分析每一种主流文化的精神内核，有时候会有神来之笔，有时候却也让人心生疑惑。但不管作者的分析是否准确，有一点却是肯定的，以大众为基础的主流文化，既对抗精英文化，也与精英文化相融合。而一种大众文化最终能取得成功，成为主流，既取决于它与大众的密切程

度(也就是与精英的距离)，也取决于它能否从精英文化那里继承真正的精神内核。好莱坞的流行大片，往往能引起不同文化背景之中类似的情感反应，正是因为它在这两个层面，同时保持着活力。

或许还可以再举一个读书人更熟悉的例子。直到去年，美国的主流阅读文化，由奥普拉打造，在她之前，引领文化风潮的是《纽约客》，再早还有《纽约书评》。这原是一个从大众到小众再到精英的排列，但在奥普拉身上，人们其实可以更多精英文化的成分，她抛弃了所谓专业，但精英文化倡导的价值观，和她推荐的书之间，却

又一脉相承。所以，《纽约书评》从主流转向专业，但文化的内核，在精英到大众的过程中，却并没有丧失。

因为《主流》这本书，人们谈论主流文化的时候，喜欢上升到“文化之争”甚至“文化战争”的高度，这当然不是坏事。但在思考如何打造自己的主流文化之时，人们有必要先思考自己的精英文化。如今的流行文化，从后宫剧到类型小说，离大众足够近，离精英足够远，但在继承文化内核方面，却往往乏力得很——这样的大众文化，即使被谈论一时，离成为主流，却终究还有距离。

□涂涂(新京报阅读观察员)