

大眾文化與圖書資訊服務 Mass Culture and Library and Information Services

葉 乃 靜
Nei-ching Yeh

世新大學圖書資訊學系講師

Lecturer

Department of Library and Information Studies

Shih Hsin University

E-mail: ncye@cc.shu.edu.tw

【摘要 Abstract】

大眾文化是後現代社會一個重要的現象，我們由牛仔褲、流行音樂、KTV 等的受歡迎，便可以略窺一二。其對圖書館服務的影響則反映在小說的受歡迎、對權威作品之信仰的解構、漫畫進駐大學圖書館等。因此，本文針對大眾文化的定義、起源、內涵、特徵，及大眾文化在社會上獲得的肯定和批評，以期對大眾文化有更深入的認識，圖書館服務也才能真正滿足大眾的需求。

Mass culture is an important phenomenon in post-modern society, it is reflected on jeans, popular music, KTV et al. It also influences library services, such as heavy circulation of novels, the deconstruction of canons and the emergence of comics in university library. This article depicts the definition, origin, contents, character of mass culture, and its impacts on library and information services.

關鍵詞 Keyword

大眾文化 精英文化 圖書資訊服務

Mass culture ; Elite culture ; Library and information services



壹、前言

「大眾文化」(Mass culture)是近年來大家耳熟能詳的名詞，更是後現代社會裏一個重要的現象，它與人們的日常生活息息相關，影響所及更是深遠。而圖書館身為社會機構之一，以廣大群眾為服務對象，事實上，也反映出大眾文化的影響層面，例如圖書館館藏中漫畫、小說的受人歡迎。因此，對於這樣的文化現象，我們實應有深入的認識，才能掌握時代脈動，滿足大眾的需求。

提及「大眾文化」這個名詞很多人可能會聯想到與之對立的「精英文化」(Elite culture)。到底大眾文化與精英文化的意涵是什麼？在文明演變過程中，大眾文化與精英文化各扮演什麼角色、佔據何種地位？大眾文化之所以興盛的原因是什麼？對傳統圖書館的館藏政策，甚至經營服務的理念，帶來那些影響？這些都是本文要探討的。

貳、大眾文化的定義及內涵

在了解大眾文化的定義及內涵前，我們先談談何謂文化。「文化」是指經由符號與語言的滲透，被賦予一種新式意義的所有事物，因此，任何存在於社會生活中的事件，皆可以被指涉為是一種「文化」。^① Ray Browne 在 *Popular Culture and the Expanding Consciousness* 一書中指出，大眾文化是一般人在生活中可以分享的所有經驗，雖然不一定由大眾媒體傳播。他更進一步解釋說，大眾文化包括口語和印刷文字、聲音、圖形、實體和手工藝品。大眾文化為社會各階層所接受，不只是少數精英分子獨享。^②

我們由文學領域中所謂「俗文學」的定義，也可以對大眾文化的內涵略窺一二。中國俗文

學學派的主要代表人物鄭振鐸指出，俗文學指通俗文學，即民間文學也就是大眾文學，也可以說是不登大雅之堂，不為學士大夫所重視，但流行於民間，為大眾嗜好及喜歡的東西。鄭振鐸說明：「差不多除詩與散文之外，凡重要的文體，像小說、戲曲、變文、彈詞之類，都要歸到『俗文學』的範圍裡去。」^③

鄭振鐸所舉的例子，乃是中國傳統的通俗文學。回到當代，則又有另一些新的通俗文學種類在出現，例如 M. Thomas Inge 就將流行於美國的通俗文學分為以下幾類：偵探和神秘小說 (Detective and mystery novels)、幻想小說 (Fantasy fiction)、哥德式小說 (Gothic Novels)、歷史小說 (Historical fiction)、通俗歷史和傳記 (Popular history and biography)、廉價小說 (Pulps and dime novels)、羅曼史小說 (Romantic fiction)、科學小說 (Science fiction)、通俗詩歌 (Verse and popular poetry)、西部文學 (Westerns)、漫畫 (Comic book) 及介於通俗和主流文學之間的兒童文學和青少年小說。^④

如果說文化是人們的生活經驗的統稱，那麼由上述的定義我們可以歸納的說，大眾文化是指社會各階層共同喜好的一切事物。那為什麼大眾文化在近幾年會受到重視呢？易行認為，大眾文化因為大眾傳播媒介的傳播和擴散，加上「享用」這種內容的又是一般社會大眾，因此，很快的在社會上流行起來。^⑤鄭貞銘也指出，大眾文化由於強調感官普及化，所以容易為一般群眾接受，甚至因為其深入每一階層，每一個人的生活圈中，在不知不覺中影響或改變了人們。此外，大眾文化也能滿足人類社會交往的功能，例如某位歌星的歌迷、對政治人物的崇拜，人們雖然沒有直接交往，透過大眾文化也可建立關係。^⑥我們可以說，在



後現代社會中，「文化」已徹底大眾化了，它影響了人們的生活及思維方式，與精英文化之間的距離漸漸消失。^⑦

參、由精英文化到大眾文化

由人類歷史來看，不論古今中外，社會上大概有「精英」(Elite)和「平民」二個階級，二者各有不同的文化。精英文化被稱為精緻文化 (Refined culture)，或高級文化 (High culture) 文化，本文以精英文化統稱之；平民文化被稱為粗俗文化，或通俗文化 (Popular culture)，本文以大眾文化統稱之，含有比較高下與褒貶的意思。^⑧

精英文化被視為是傳統文化，它是為教科書收錄的記錄；大眾文化則是為了市場而製造出來的，其藉由錄音機、電影、漫畫書、電視、偵探故事、科學小說等方式傳播予社會大眾。^⑨但很顯然地，我們翻開歷史來看，文化的主流卻一直都掌握在貴族或精英分子手中，並將「文化」的定義侷限在欣賞高格調的美術、音樂、舞蹈、戲劇等活動。^⑩其實，從廣義來說，任何一個時代都有精英文化和通俗文化之分，只是在過去能登大雅之堂、成為主流文化的是精英文化。到了九〇年代，素來不被重視的大眾文化卻擊敗精英文化，成為文化主流。^⑪

為什麼大眾文化在九〇年代後，會成為文化的主流呢？我們可以由「大眾文化」概念的出現談起。學界普遍使用和討論「大眾文化」的概念，始於一九五〇年代以後的美國社會學界。當時，歐洲工業先進國家的經濟，雖然遭二次世界大戰戰火的摧殘，但因為其優越科技基礎，加上美國本土並未遭受戰火的影響，歐美工業國家很快地重建經濟霸權。到了五〇年代，經濟繁榮遠超過戰前，美國更在二次大戰後成了世界強國，大眾社會漸漸成形，大眾文

化的影響也漸被學者所重視。^⑫

大眾文化表現的諸種特徵，是高度科技化和工商業化的結果。尤其二次大戰後科技與工商業的高度發展，使今日社會產生一些現象：^⑬

- 1.大量生產：這是工業化的首要特徵。
- 2.大量消費：這是伴隨著機器的大量生產必然發生的結果。
- 3.儉樸的觀念日漸消失，享受的觀念相對發達：這是大量消費觀念帶來的。
- 4.物質享受的漸趨平等化：大量生產使成本降低，社會大眾較有能力享用這些產品。
- 5.產品標準化：大量生產依賴機器，同一規格。
- 6.個人的獨立意志和個性日漸消失：趨向流行風。
- 7.崇尚一切「流行」的東西。

這些現象徹底地支配了整個社會價值的內涵，而藝術品也在這種情境中，不自覺地隨著社會的體質而改變，更是蘊育大眾文化盛行的因素。

杭之指出，大眾文化是一種都市工業社會，或大眾消費社會的特殊產物，是大眾消費社會中透過印刷媒介和電子媒介等大眾傳播媒介所承載、傳遞的文化產品。其明顯的特徵是它主要為大眾消費而製造出來，因而它有標準化和擬個性化的特色。^⑭葉啓政則明確提到，大眾文化的形成有兩個因素，其一是文化創作商品化，這是特殊的歷史條件，雖不是必要卻有催化助長的作用；另一個則是大眾傳播媒體網的迅速普及發展，這是結構內涵條件也是絕對必要的。^⑮

由於科技進步，機器生產取代以往人工生產的作業方式，機器生產的結果必帶來大量生產和產品標準化的現象。加上牟利之故，除了物質產品外，客觀條件成熟後，表達情感、具



娛樂及詮釋價值、信仰、象徵意義等的文化創作品，也以種種不同的形式（如書籍、電視、電影、戲劇、繪畫……等），被當成商品來看待。文化商品化後，擴大市場以謀求利潤，變成文化創作時重要的考量。因此，市場導向之下的文化發展，是促使大眾文化產生的主要因素。^⑮

梅丁衍也認為，在歐洲好幾世紀以來，建築、繪畫和雕塑一直是三大主要視覺藝術，這些藝術之所以能歷久不衰，且不斷的被豐碩，乃因其背後，有一股相當大的族群或社團，以旺盛的精力和雄厚的財源在支持著。今日的藝術活動的根基與以往卻大不相同，我們文化的主人翁所需要的，已不再是藝術品，而是大眾產品。^⑯

其實，文化商品化只是大眾文化產生的特殊歷史催化條件，而不是絕對必要的；因為由歷史上我們發現，除了商品化外，依靠政治的力量，在有利的條件促使之下，亦可帶動大眾文化的形成（如中共文革時的運動）。只是依靠其他的社會力量所可能帶動大眾文化的形成，無論在幅度、深度、時間的持續上，都比不上商品化的力量。而且，商品化往往挑逗著人們的消費慾，加上具娛樂性，這也是大眾普遍接受的原因。^⑰

此外，如果要社會大眾都能接受精英文化，必須透過長期的訓練學習，以提升其文化欣賞水準，要達到這樣的情況並不容易。相反地，會欣賞精英文化的人，卻未必會拒絕大眾文化的產品。因此，從經濟的角度來看，具高度娛樂性的文化產品，在雅俗可以共賞，而人之慾望是多元多層的前提下，可能牟利的機會最大。^⑱

張汝倫也認為，文化商品化是大眾文化形成的主因。他指出，現代技術構成了大眾文化產生的先決條件；而追求商業利潤，則是其終

極目標。因此，大眾文化的本質特徵不在其通俗和流行，而在其產生的目的、手段和功能。沒有市場消費和商業利潤這個根本的目的，就不會有大眾文化。^⑲

大眾文化產生的另一個條件，則是大眾傳播媒介的發展。雖然在二次大戰前先進國已有報紙、書籍、雜誌及收音機等大眾傳播媒體出現，但大眾文化明顯被注意到，仍是電視及整個社會傳播網制度化和傳播企業化以後的事，這也是為何歐美工業先進國家的大眾文化直到一九五〇年代後期才真正開始具形的原因。因為，大眾文化的基本內涵，是要有相當數量的大眾共有一些文化特質或消費口味，而要使大眾共有文化特質或消費口味，透過普及且迅速的傳播工具，在很短的時間內把同一個文化創作物做最大的傳播，是一種主要的動力。也因此，大眾傳播媒體網的建立和發展，是大眾文化形成不可或缺的決定因素。^⑳

大體而言，藝術品總是被認為屬於高層次文化，而大眾產品則被視為低俗文化，之所以如此，其中有些社經因素，這些因素乃是透過社會階級區分、財富或教育平等立場不同而表現出來。欣賞藝術者通常是屬於上層社會的品味，而喜好大眾產品的，卻是下層社會的品味。當然隨著個人的經濟能力與嗜好，主動選擇不同類別和層次文化的人口也會成長，不少有錢人，他們已經可以同時接受高和低的文化，而知識分子的文化視野也較以往寬廣。^㉑

當然，在商品化的趨勢下，大眾文化是人們日常生活中的一種自然反應與態度，本身可能缺乏原創性，也不具反省性格。但由於它代表社會中多數人的文化態度，更是瞭解一個時代典型文化的最佳管道，也成為文化突破的素材，精英文化常是由此中蛻變轉化而成，尤其是其所表現的風格和形式往往得力大眾文



化。^②

事實上，許多今日被視為正統文學的作品，有很多都是源自於民間，例如「詩經」中的國風，部份來自民間，經過文學創作者予以「雅化」而成的。另外，很多流行於社會的詞彙也是如此，例如「火候」來自道家，在西方形容語言雜亂的「巴貝爾之塔」(Tower of Babel)即源自聖經。精英文化與大眾文化可以相互化約，如達文西的「蒙娜麗莎」在巴黎羅浮宮是精英文化，作成複製品是大眾文化。^③而俗文學與雅文學也一直並行發展，且相互影響，然而常見的是雅文學從俗文學中獲取靈感。俗文學紮根於民眾，有無窮無盡的生命力，最深入人心受人歡迎。^④

肆、大眾文化的特徵

由大眾文化這個名詞中的「大眾」二字可以得知，大眾文化是為社會大眾所共享的文化，所以他沒有階級性，也可以說是種多元及革新的力量，打破了階級、傳統、品味的界線，消泯了所有文化的區隔。它同時摧毀了所有的價值觀，因為價值判斷隱喻著區別，因此，大眾文化是非常民主的，為社會大眾所共有共享。^⑤

當然，從數量上來說明「大眾文化」的性質，乃指在社會群體總人口中，為具統計上之眾數(Mode)或中數(Medium)之人們所經常使用、發現的文化體。^⑥大眾文化透過「量」，例如一群人在短時間內共同地做某件事，有了足夠的量，大眾文化才能完成。就像一首歌不會流行，根本不可稱為流行歌，即絕無不流行的流行歌曲。^⑦然而，從社會學的角度來看，數量上的性質並不是大眾文化之意義所在，只

是在時空因素下衍生出來的一種必然，因此，大眾文化的重要意義不在於「數量」，而有其他重要的特徵。^⑧

科技的進步是大眾文化興起的因素之一，因此，有人認為大眾文化的形成，是工具理性延伸至文化領域的結果。也因此，霍克海默(Max Horkheimer)和阿多諾(Theodor Wiesengrund Adorno)認為，文化工業具有二個基本特徵：「標準化」與「偽個體化」。商品必須標準化和規格化才能大量生產，為達大量促銷的目的，讓每個消費者覺得商品能滿足他的個別需要是必要的，因此，偽個體化就成了掩飾標準化的一種包裝和推銷手段。霍克海默和阿多諾批評說，文化工業常發揮的是一種拜物教(Fetishism)式的催眠效果，一如流行音樂，在此中個體自我意識完全被泯除了。^⑨

同質化則是大眾文化的另一個特徵。商品標準化的必然結果，便是同質化的趨勢，例如牛仔褲的受歡迎。以大眾文化為主宰的大眾社會中，大眾媒介成了人們達成共識的唯一工具，每個人成了大眾中的平均人。雖然沒有了階級之分，大眾社會裏反映出更自由民主的氣氛，但人們卻也失去了個性。隨著同質化而來的是簡化，這是大眾文化的另一個特徵，如傻瓜相機。^⑩

許紀霖認為，大眾文化的崛起，與儒家文化之所以被奉為圭臬的因素一樣，二者都同樣具有實用的精神。大眾文化不僅無傷大雅，且具有娛樂的功能，又能滿足社會大眾的精神需求。^⑪

易行則由精英文化與大眾文化對照，來反應出大眾文化的特徵如下表：^⑫



精英文化	大眾文化
藝術的、創作的	娛樂的、休閒的
批評的	接受的
慎思熟慮的	誇浮的、商業的
需要訓練和學習才能瞭解的	簡單的、本能的
決定於品質的	決定於市場的

資料來源：易行，「這樣的大眾文化！」，仙人掌雜誌 1：3（民國 66 年 5 月），頁 210。

另外，鄭貞銘歸納大眾文化的特色有如下幾點：^⑭

一.普及性：

大眾文化沒有階級歸屬之別，任何個人或階層都可以分享。另外，他也可能因為某種環境因素的影響，而表現出新的文化型態及特質。

二.感官化：

大眾文化之所以能普及，也因為其感官化的特質，滿足人們的感官需求，使大眾得以接受，才能蔚為風尚。

三.同質化：

除了滿足於大眾的感官需求外，大眾文化因為沒有階級區分，因此很難看出其外觀上的差異，如同穿牛仔褲的企業經理人與勞工朋友，我們難辨出其實際身分。這正是大眾文化

充分表現出民主平等、自由的一面。

四.簡單化：

大眾文化的接受非常簡單，因此他能普及，使大部份的人接受之，表現出同質化。

五.滲透性：

喜歡大眾文化的人往往在不知不覺中受影響，成為人們主觀意識的一部分。

六.持續性：

大眾文化因其影響所及之程度不同，持續性也就不同。

陳學明則綜合法蘭克福學派的解釋，對精英文化和大眾文化的特徵進行比較如下表，由此比較，我們不僅能對大眾文化的特徵有所了解，也更容易明白其與精英文化的差異：^⑮

著眼點	精英文化	大眾文化
藝術門類	芭蕾舞、交響樂、油畫、話劇等	流行音樂、幽默、滑稽等藝術種類
題材和表現對象	以重大題材和表現主旋律的作品為主	以小題材為主，表現凡人小事
受眾範圍	受眾範圍小，需有較高的文化素養和審美趣味	受眾範圍大，無需接受者識文斷字，文盲也可接受
藝術功能	以審美為唯一功能，注重陶冶性情，提升人類精神	強調實用功利主義、迎合人性
話語系統	文本結構深入，常有象外之象，需加以體會	文本結構簡單，常局限人的感官滿足，訴之人的原始情感，復歸於生活之欲
文化傳播	以傳統為自己的標誌，是文化發展中智慧累積和知識的時空積澱	強調文化的世俗化，與民間的血緣關係
文化品位	精緻文化，欣賞者需有深厚的藝術修養和豐富的藝術知識，流傳久遠是屬於時間的傳播	流行藝術，推崇時尚難傳久遠，是屬於空間的傳播
經濟來源	可視為「供養文化」的同義詞	其現世光彩使其掙得龐大的資金

資料來源：陳學明，文化工業（台北市：揚智，民國 85 年），頁 8-13。



伍、對大眾文化的省思

一、對大眾文化的批評

由上節陳學明綜合法蘭克福學派對大眾文化的研究，所列出的精英文化與大眾文化對照表，我們略可知道，「大眾文化」與「精英文化」間，存有某種程度的對立情況，不僅在開發中的國家如此，在已開發的先進國家，也同樣存有這種情形。積極推動精英文化的人士，甚至認為為達成民主國家的真正平等與進步，社會大眾應該學習接受精英文化，也因此，他們常有教化大眾，化俗為雅的抱負，且提出大眾文化有害於社會正常發展的立論。^⑬

例如張汝倫指出，大眾文化已成了我們這時代又一種以「大眾」名義支配大眾的權力，它不僅支配大眾，而且塑造大眾，例如我們看到人們已沒有自己的語言，常掛嘴邊的是廣告用語；人們也不再具有獨立思想，完全順著傳播媒介的思路。人們的興趣日趨單調一致，大眾文化成為我們這個時代，影響社會最大的一股力量。政治權力不只是滲透到人的意識和無意識領域，改變了人們的意識，甚至還改變了人們的本能。^⑭

葉啟政也提到，大眾文化商品化，雖是市場導向之經濟發展下的必然產物，但商品化的經濟動機對大眾文化也形成另一層的意義，使得大眾文化趨向庸俗化、感官化。這是大眾文化常為精英份子所詬病的地方。^⑮

德國法蘭克福學派的理論家提出的「文化工業」理論，可說是對大眾文化最大的批判。霍克海默與阿多諾在啟蒙辯證一書中以「文化工業」一詞取代大眾文化，用以描述現代文化的形態。主要的原因是他們認為，大眾文化會讓人以為是大眾自己創造出來的文化，然而，

大眾只是被動的銷售對象，受商品的刺激而產生消費行為。^⑯

法蘭克福學派對大眾文化，進行了長達半個多世紀的研究，主要的代表人物有：班傑明（Walter Benjamin）、阿多諾、馬庫塞（Herbert Marcuse）、霍克海默等。他們由大眾文化的主要特徵，例如商品化、標準化、強制化等，而提出了大眾文化就是「社會水泥」的論斷，認為大眾文化剝奪了人們的情感，但也鞏固社會的秩序。他們對大眾文化提出最尖銳的批判是：「在對大眾的追逐中需要通俗，在對通俗的追逐中有意地媚俗，骨子裡無非是瞄準了大眾的錢袋」。^⑰

陳學明則歸納法蘭克福學派對大眾文化的批判主要如下：文化工業憑藉高科技生產大量的文化商品，藝術成了純粹消費性娛樂的東西，由高科技和消費意識操縱的大眾文化，對社會意識進行催眠，全方位地轟擊著人們的意識，使人們陶醉於感官的滿足並隨波逐流、順時應世，幾乎完全失去了對社會和人生進行反思的能力。^⑱

二、對大眾文化的肯定

大眾文化雖然受到各方的批評，但影響力仍是非常深遠的。例如，儒家思想影響中國文化數千年之久，不但被奉為圭臬，直到前幾年都是國高中學生必上的課程。張壽安則指出，儒學在民間推行的過程中，也受到大眾文化的影響，不得不作出妥協和改變。此一妥協現象不只發生在一般百姓行為上，也出現在許多以積學碩德且極負盛名的儒者身上，喪葬禮俗的庸俗化即是一個例子。^⑲

之所以會如此，必然是大眾文化有其特殊的優點。除了大眾滿足了自己的認同心理、普遍的看法外，大眾文化主要的功能是製造消遣



和娛樂，減輕工作帶來的疲憊和厭煩，事實上也間接增加了生產力。^④大眾文化時時提醒人們「輕鬆一下」，把自己日常生活中積累的壓抑、痛苦和麻木，透過 KTV、唱歌等發洩一空，這也未嘗不是件有益身心的作法。^④

林朱綺認為，大眾文化代表文化普及現象，其優點是全民教育，例如日本的講談社被喻為大眾文化的搖籃，因為其出版品為廣大群眾所接受，發揮教化功能，並獲致「私立教育部」的美譽。其出版書籍範圍很廣，且能顧及多層次讀者的需求，並注重書籍的質量與價格的協調，現代與傳統的融合。其出版的雜誌都是以「情趣盎然、對人有益」為出版宗旨，希望能讓讀者以輕鬆愉快的方式吸收新知。^⑤

宋明順也指出大眾文化的積極面如下：^⑥

1. 歷史上首次打破階級藩籬，不分階級、職業及教育程度，群眾都能普遍參與的文化。社會和科技的發展，實現了文化接觸的均等機會。
2. 大眾文化拉近了大眾與文化菁英之間的距離，使大眾有機會接觸到文化菁英的作品。
3. 大眾文化使大眾有更多、更迅速獲得各種訊息及知識的機會。
4. 大眾傳播媒介對不同地區、職業、階層的人們，提供了共同的經驗及價值觀，而這些「共同性」(Commonness) 有助於社會成員增進彼此之瞭解，從而產生同情心、共識及共感。
5. 文化的傳遞便是廣義的教育，由此來看大眾文化具有教育功能，擴大人們受教育的機會。

詹宏志則由釐清社會對大眾文化似是而非的觀念出發，建議我們對大眾文化應有正確的認識，而不只是一味的批評：^⑦

1. 由於大眾文化是透過量的完成，當一群人

採取認同的態度，就存有商業機會，他不一定是商人創造的，事實上，大眾文化和商業並非有必然存在的關係，只是彼此依存。

2. 有時大眾文化的產品是自然形成的，所以大眾文化的現象或品質的高低，未必和商人的判斷或投資一致，它只是跟商業的面目非常接近，最後的呈現也是商業活動。
3. 有人認為大眾文化會使精英文化的生產力降低，會影響藝術創作品的銷售，使很多本來會投身在高級文化的創作者投身到大眾文化。事實上，知識分子可以選擇投身在大眾文化或精英文化的領域，大眾文化並不以犧牲高級文化創作的人才為代價。
4. 有人批評大眾文化有害群眾，大眾文化本身有強烈的觀念上的認同，在認同中將自己的心情投射在大眾文化上，即使查禁武俠小說和瓊瑤作品，仍會有另一個大眾文化產生。
5. 大眾文化可說是社會集體的底層情緒，也是社會情緒的出路，當生活壓力大或面臨很多令人不快的事時，很多人在此時可能是不願意接受義正詞嚴的看法，寧願看喜劇片，聽些靡靡之音，這是相通的。

大眾文化不僅因為廣泛流行適應了市場經濟發展的要求，他將審美與生活合而為一，與傳統美學執著於「審美對於生活的超越」是不同的，且值得我們思考的另一個方向。^⑧而且，在民主自由的社會，每個人都是獨立的個體，精英文化的推行，只能循引導與培養的途徑達成，不該強行塞入一般大眾的生活中。^⑨

每個人對大眾文化或精英文化的選擇也許不同，但應該沒有所謂好壞的問題。因此，既身為社會大眾的一分子，我們應努力且積極地獻身於大眾文化，一同塑造共同屬於我們的大



眾文化。^⑤

陸、結論：大眾文化的興盛對圖書館的影響

大眾文化已深入全球人民的生活中，身為社會機構之一的圖書館也反映出這種現象。首先，我們由人們使用公共圖書館的情形來看，根據美國公共圖書館的流通統計發現，1920-1930 年代公共圖書館所借出的圖書有 70%-80% 都是小說。^⑥ 1983 年美國「圖書出版工業研究小組」(The Book Industry Study Group) 的研究顯示，人們閱讀的圖書中有五分之一是來自公共圖書館，其中，小說就佔了流通率的 60-70%。^⑦ 很明顯地，公共圖書館的主要功能是小說的流通。一向被視為「垃圾」或「心靈糖衣」的小說，竟是多數公共圖書館使用者喜愛的讀物之一，這正是大眾文化受歡迎的例證。

而一向被視為通俗讀物的羅曼史，也成為暢銷書之一，更說明大眾文化的影響力。雖然，它常受到內容老套、強調物質價值等負面批評，但 Janice Radway 的閱讀羅曼史 (*Reading the Romance: Women, Patriarchy, and Popular Literature*) 一書中，卻詳述了受訪者喜歡看羅曼史的原因。^⑧ 賴鼎銘也指出，大眾文化的出現，不僅解構了傳統圖書館員對權威作品的信仰，漫畫之進駐大學圖書館，更是其影響力的證明。^⑨

既然，大眾文化有其重要性，更是一般社會大眾的需求，圖書館在館藏發展上，或是規畫圖書館服務時，是否應該回歸到使用者身上，思考給他們想要的 (Give me what they want) 的可能性，在此情況下我們談使用者研究，也才會有意義。

(收稿日期：1999 年 8 月 17 日)

註釋：

註①：陳英偉，「淺述後現代主義中隱藏的『文化』問題」，藝術家 41:6 (民國 84 年 12 月)，頁 348。

註②：Waites Bernard, Benn Tony, and Martin Graham, Popular Culture: Past and Present (London: Routledge, 1982), p.382.

註③：鄭篤，中國俗文學史 (台北市：台灣商務，民國 64 年)，頁 1。鄭篤即是民國初年中國有名的俗文學家鄭振鐸，因為政治因素，台灣出版時將其更名為鄭篤或西諦，在本文中將恢復其本名。

註④：M. Thomas Inge, Handbook of American Popular Literature (New York: Greenwood Press, 1988), p.x.

註⑤：易行，「這樣的大眾文化！」，仙人掌雜誌 1:3 (民國 66 年 5 月)，頁 209-210。

註⑥：鄭貞銘，「現代社會的產物大眾文化：兼談其對政治的影響」，自由青年 71:5 (民國 73 年 5 月)，頁 38、41。

註⑦：同註①。

註⑧：劉慕澤，「『這樣的大眾文化』怎麼辦？」，仙人掌雜誌 1:4 (民國 66 年 6 月)，頁 110。

註⑨：Dwight Macdonald, "A Theory of Mass Culture," in Cultural Theory and Popular Culture: a Reader ed. by John Storey (New York: Harvester Wheatsheaf, 1994), p.29.



- 註⑩：葉啓政，「現代大眾文化精緻化的條件」，國魂 480（民國 74 年 11 月），頁 76。
- 註⑪：許紀霖，「精英文化的自我拯救」，二十一世紀雙月刊 19（1993 年 10 月），頁 137。
- 註⑫：同註⑩。
- 註⑬：同註⑧，頁 109-110。
- 註⑭：同註⑩。
- 註⑮：同註⑩，頁 77。
- 註⑯：同前註。
- 註⑰：梅丁衍，「美國普普藝術：大眾文化狂歡後的反思」，現代美術 56（民國 83 年 10 月），頁 19。
- 註⑱：同註⑩，頁 77。
- 註⑲：同註⑩，頁 78。
- 註⑳：張汝倫，「大眾文化霸權與文化生態危機」，台海兩岸 1995:春，頁 88。
- 註㉑：同註⑩，頁 77。
- 註㉒：同註⑩。
- 註㉓：同註⑩，頁 79。
- 註㉔：王曾才，「大眾文化之探討（上）」，當代青年 1:3（民國 80 年 10 月），頁 33。
- 註㉕：門端、張燕瑾，中國俗文學史（台北市：文津，民國 84 年），頁 338。
- 註㉖：同註⑨，p.32。
- 註㉗：同註⑩。
- 註㉘：詹宏志，「大眾文化如何塑造偶像」，婦女雜誌 213（民國 75 年 6 月），頁 95。
- 註㉙：同註⑩。
- 註㉚：路況，「藝術及其不滿—從前衛藝術到大眾文化」，中國論壇 27:10（民國 78 年 2 月），頁 60。
- 註㉛：同註⑤，頁 211-212。
- 註㉜：同註⑪，頁 140。
- 註㉝：同註⑤，頁 210。
- 註㉞：同註⑥，頁 37-38。
- 註㉟：陳學明，文化工業（台北市：揚智，民國 85 年），頁 8-13。
- 註㊱：楊月蓀，「我們需要怎樣的大眾文化？」，自由青年 81:3（民國 78 年 3 月），頁 21。
- 註㊲：同註㉚。
- 註㊳：同註⑩，頁 77。
- 註㊴：同註㉚。
- 註㊵：同註㉚，序言 3-4。
- 註㊶：同註㉚，頁 33。
- 註㊷：張壽安，「十七世紀中國儒學思想與大眾文化間的衝突—以喪葬禮俗為例的探討」，漢學研究 11:2（民國 82 年 12 月），頁 69。
- 註㊸：同註㉚。



註⑭：同註⑭，頁 89。

註⑮：林朱綺，「大眾文化的搖籃－講談社」，精湛 8（民國 78 年 3 月），頁 4, 6-7。

註⑯：宋明順，「大眾社會、大眾文化與大眾休閒－當前社會危機之一分析」，社會教育學刊 22（民國 82 年），頁 8-9。

註⑰：同註⑰，頁 95-96。

註⑱：同註⑱，頁 157。

註⑲：同註⑲。

註⑳：同註㉑，頁 114。

註㉑：Michael H. Harris, The Role of the Public Library in American Life: A Speculative Essay (Illinois: Graduate School of Library Science, University of Illinois, 1975), p.17.

註㉒：Catherine Sheldrick Ross, "If They Read Nancy Drew, So What?: Series Book Readers Talk Back," Library and Information Science Research 17 (1995), p.509.

註㉓：Mary M. Huntwork, "Why Girls Flock to Sweet Valley High," School Library Journal 36 (March, 1990), p.139.

註㉔：賴鼎銘，資訊科學的思考（台北市：文華，民國 88 年），頁 146。

