

# 法兰克福学派与英国文化研究： 对中国大众文化研究的启示

□ 陈立旭

**内容提要** 当代中国大众文化研究,是伴随改革开放以来大众文化萌芽、发展而起步的,从一开始就存在本土理论准备先天不足的现象。20世纪90年代以来中国大众文化研究一个不容忽视的问题,就是大量移植了法兰克福学派文化工业批判理论。这种做法,首先就会遭遇分析和批判的中西“语境错位”问题。同时,仅仅以法兰克福学派社会批判理论资源,来审视当代中国大众文化现象,至少也是失之偏颇的。如果要建构更广阔的中国大众文化现象分析视野,就应当实现伯明翰学派或文化研究理论资源和法兰克福学派批判理论资源的结合,并将之导入中国地方性语境中。

**关键词** 法兰克福学派 文化研究 大众文化研究 中国

作者陈立旭,哲学博士,中共浙江省委党校社会学文化学教研部教授。(杭州 311121)

当代中国大众文化研究领域的一个突出问题,就是20世纪90年代以来大量移植了法兰克福学派文化工业批判理论,以作为主要分析视野和方法。这种照搬套用的做法,首先就会遭遇分析和批判的中西方“语境错位”问题。同时,仅仅以法兰克福学派社会批判理论资源,来审视当代中国大众文化现象,至少也是失之偏颇的。诚然,法兰克福学派文化工业批判理论,具有深刻社会意义,对于分析当代中国大众文化现象,也有重要参考、借鉴价值。但是,其缺陷也是相当明显的,尤其是其在过高估计大众个性被文化工业摧毁程度的同时,过分地简化了大众接受和使用文化工业产品的过程。正是在这一点上,英国文化研究(伯明翰学派)的大众文化理论具有纠偏和补充作用。文化研究不仅注意到了自上而下宰制性力量对大众的控制和操纵,更看到了从属者自下而上对宰制性力量的抵抗和颠覆,重新认识到了大众的文化辨识力、主动性和创造性,重估了大众文

化政治的进步性潜能。正因如此,如果把法兰克福学派文化工业理论,与英国文化研究的大众文化理论接合起来,并经过从西方地方性语境到中国地方性语境的转换,会有助于更全面、辩证地理解当代中国大众文化现象。

—

中国当代大众文化研究,是伴随改革开放以来大众文化萌芽、发展而起步的,从一开始就存在着本土理论准备先天不足的现象。在20世纪80年代初期和中期,大众文化现象曾被一些中国学者纳入传统理论框架中予以阐释。20世纪80年代初期,一场关于刚刚兴起的流行音乐的激烈争论,就典型地体现了这一点。有人认为,港台流行音乐是资本主义畸形社会的产物,其中虽然也有少数民歌和思乡的歌曲,“但多数是内容消极、颓废,情绪低级、庸俗的陈腔滥调之作”。因此,在强调安定团结,促进“四化”建设的今天,对其危

害性应有足够的估计。流行音乐是“比下等还低劣的东西”，“用这样的音乐能创造高度的社会主义精神文明吗？”<sup>①</sup>对包括流行音乐在内大众文化现象的这一类责难之理论资源，通常来自于“文化大革命”中延续下来的极左意识形态。由此出发，大众文化现象就被简单化地视为一种仅仅具有娱乐性而缺乏社会性、政治性内涵的东西，而被贴上“资本主义”标签予以排斥，或被视为“粉饰太平、麻痹斗志”的精神麻醉品而予以否定。当然，在这一时期对流行音乐等大众文化的谴责声中，也有人自觉地为之辩护。比如，有人认为，“我们的‘新星’，根据自己的演唱风格选择适当的曲目，或‘严肃音乐’，或‘通俗音乐’，这完全有自己选择的自由，任何人不该无理指摘。”“文化园圃，宜放百花。有时会出现不平衡：或红花少了，或白花少了，那就不妨多种些红花、白花，却不应把其他颜色的花锄掉。”<sup>②</sup>显然，在这一时期，人们对大众文化现象无论是指责还是辩护，其理论资源基本上都来自于传统的思维或意识形态框架。

随着工业化、市场化、城市化以及对外开放的迅速推进、电子传播媒介的迅速普及，20世纪90年代以来尤其是1992年邓小平南方谈话以来，大众文化开始全面地进入中国社会日常生活空间，从而确立了自身的地位。如果说在20世纪80年代，大众文化进入普通人日常生活空间，仅仅意味着“左”文化地盘的缩小，那么，在20世纪90年代，还同时意味着传统上属于知识分子的部分文化领地迅速地被蚕食。从古代一直到20世纪80年代，传统知识分子一直以对民众扮演主动者、引导者、教化者等角色而自居。从儒家“博施济众”、“润泽斯民”、“为生民立命，为往圣继绝学，为万世开太平”的社会使命，到“五四”时期旨在改造国民性的新文化运动，再到20世纪80年代以“启蒙”和“理性”为主思潮的“文化热”，莫不体现了这一点。与此相应，传统知识分子在文化领域中无可争议地居于中心地位、扮演着中心的角色。然而，进入20世纪90年代尤其是1992年以来，一大批新的文化弄潮儿，如文化经纪人、小报记者、书商、专栏作家、各种影视制作中心及其制作人员、影视歌明星等，在迅速瓜分原先属于传统知识分子文化地盘的同时，凭借电视等新媒介增

强了自身在大众中的影响力和感召力。

在西方，许多知识分子不能接受以电影、广播和电视形式传输的信息，新的电子媒介一直遭到他们的冷遇和鄙视。据尼古拉斯·米尔佐夫所说，对这些知识分子而言，一种视觉支配的文化必定是贫乏的、精神分裂的。比如，尽管电视已经在学院体制内赢得了一席之地，但在知识圈中，对视觉快感的怀疑仍然很强烈。这些知识分子可能会关注电视新闻和一些“谈话”节目，但对电视的其他一些特色节目，如肥皂剧、游戏表演、大自然节目和体育报道，却说不出什么道道来。这个简单的事实，使许多知识分子失去了耐心：“有大批的大学教授在哀叹电视已经使西方社会暗哑失声。大学也招来了异乎寻常的痛恨，因为它们不去研究‘伟大的书籍’（这个词已经为人们所熟知），却转而去研究电视和视觉媒体，这种批评似乎没有意识到电视如今备受指责，这和启蒙时期小说遭到敌视，其实是出自同一种反应，在那个时候，文学也曾被指责败坏了道德和智力。”<sup>③</sup>在米尔佐夫看来，知识分子对新媒介的普遍反感，可能是对那些参与并享受大众文化的人的一种改头换面的敌意。在18世纪这种敌意针对的目标是剧院，而现在则聚焦于电影、电视以及互联网等。然而，“不管在哪种情况下，敌意的根源都是大众和普通观众，而不是媒体本身。从这个观点看，媒体本身并不是要点。”<sup>④</sup>马克·波斯特则认为，新媒介遭受冷遇和鄙视的一个重要原因，就是它们触犯了知识分子的作者权威感（sense of authorship），“这种鄙视更主要的动因是深层的心理需要，他们未加深入地研究便先入为主地否定媒介，这是因为媒介的某个方面威胁了他们作为知识分子的身份。我想指出的是，这一类态度如今仍然在许多人中间流行，尤其是在人文科学内；这种态度妨碍人们持续探讨媒介对许多人产生的巨大吸引力。”<sup>⑤</sup>

米尔佐夫、波斯特所分析的现象，在20世纪90年代似乎出现了一种翻版：新媒介及其所传输的大众文化信息，再次因触犯了知识分子的“作者权威感”而受到了冷遇和鄙视。张炜关于电视的一段论述，就鲜明地体现了这一点。他告诫说，“有头脑”的人抵制电视的最好办法就是拒绝与它接触。“一个知识分子戒电视，应该像戒烟一样，要有决心和毅力。利用它来消遣，长了会变得

肤浅、烦躁。因为生活的色彩离电视上的花花绿绿的色彩相距较远,你转过脸再看生活就会耐烦、会发火。电视画面闪动得也快,还有光的刺激,使你无力边看边好好思想。长了,你会放弃思想。……脑子没有让名著滋养过的,大半是很粗糙的脑子,改变世界用不上,用上了就对世界有害。有时你看到生活给搞得一团糟,主要原因就是过份地使用了没有读名著的脑子。这样的脑子一般而言不可信,不可靠。”<sup>⑥</sup>即使在进入21世纪后,仍然有一些中国学者对新媒体表达出了深深的忧虑:“在大众媒体中,一花一世界、一叶一乾坤的细腻与博大,都被化约为光怪陆离的影像以及附会图片的文字,抢劫了通向大脑的视觉,阻断了深入思考的路途。”<sup>⑦</sup>

上述表明,20世纪90年代以来,大众文化在中国的迅速扩张,不仅对高雅文化的“独立”和“珍稀”构成了威胁,而且也对传统知识分子作为启蒙者、引导者以及大众代言人的传统身份和地位,构成了巨大的挑战。因此,一些知识分子不可避免地产生了“焦虑”。正是在这一背景下,一些知识分子从法兰克福文化工业批判理论中得到了共鸣,并将之作为观察和分析中国大众文化现象的主要理论资源。

在中国大陆,法兰克福学派文化工业批判理论,最初是伴随“西方马克思主义热”而得以传播的。欧阳谦在1986年出版的《人的主体性与人的解放——西方马克思主义的文化哲学初探》<sup>⑧</sup>一书中,简要地介绍了阿多诺和霍克海默的“文化工业”理论。俞吾金、陈学明在1990年出版的《国外马克思主义哲学流派(西方马克思主义卷)》<sup>⑨</sup>一书中,也介绍了阿多诺、本雅明等的文化工业和大众文化理论。1990年,集中反映法兰克福文化工业理论的重要著作《启蒙辩证法》中译本由重庆出版社出版。李小兵在1991年出版的《资本主义文化矛盾与危机》<sup>⑩</sup>有关章节中则专门阐述了阿多诺的“大众文化与文化工业”理论。

然而,法兰克福学派文化工业理论真正引起中国学界的共鸣和重视、并成为研究中国当代大众文化现象的重要理论资源,则是自1992年以来中国市场化、工业化、城市化进程加速,大众文化呈迅速扩张趋势以后的事情。据陶东风所述,改革开放以来最早使用法兰克福学派批判理论范式

以分析中国本土大众文化现象的,可能是他自己发表于1993年的《欲望与沉沦——大众文化批判》一文。文章主要包含以下几种观点:大众文化提供的是一种虚假满足并使人们丧失现实感与批判性,从而有利于维护极权统治;大众文化的文本是贫困的(机械复制的、平面化的、没有深度的、缺乏独创性的);大众文化的观众(大众)是没有积极性、批判性的,他们无法对文本进行积极的、选择性的阅读(可以概括为:虚假满足论、文本贫困论、读者白痴论)。<sup>⑪</sup>

这种法兰克福学派文化工业批判的理论视野,在此后知识分子对中国大众文化现象的分析中,可以说一以贯之。比如,陈刚出版于1996年的《大众文化与当代乌托邦》就具有代表性。这是一部较早地系统研究当代中国大众文化现象的专著。作者在援引了法兰克福学派代表人物洛文塔尔等关于大众文化特征的论述以后,指出,“综合起来看,我们认为,大众文化是在工业社会中产生,以都市大众为其消费对象,通过大众传播媒介传播的无深度的、模式化的、易复制的、按市场规律批量生产的文化产品。”<sup>⑫</sup>作者以一种法兰克福学派的经典立场,对“精英文化”与“大众文化”进行了比较。“精英文化”的本质规定,是否定性、反抗性。“属于精英文化的艺术作品一般都与社会保持一定的距离而对社会进行审美的审视,它们着重描述对社会乌托邦的憧憬追忆和由乌托邦失落引起的伤感困惑”<sup>⑬</sup>。与此形成对照,大众文化则放弃了超越性,立足于世俗的基础,“它非但不构成对现存文化的反思、批判和重建,事实上往往起着维护现存文化、助长消费享乐主义的虚假意识形态、强化大众商业文化霸权的功用。”<sup>⑭</sup>“精英文化”是一种致力于对一种纯粹的精神价值的维护和追求的“自律”艺术,总是力图通过个人化的书写使作品产生一种独一无二的、不可复制的在真正的艺术作品中散发出来的光芒。而大众文化是他律的,这种文化的生产受到外在物质因素的控制,是为了满足市场需要的制作。“大众文化是一种复制性的活动。而且它也从不创造标准,在这里我们找不到创造性可言。因而,这种文化必然是标准化和程式化的,它只有一个忧虑,就是担心不能被大规模的复制和消费。”<sup>⑮</sup>对大众文化的这些看法,都体现了法兰克福学派关于文化

工业的经典立场。

可以说,自20世纪90年代以来,法兰克福学派文化工业批判理论,已经在相当程度上塑造了中国大众文化研究的面貌。那些照搬法兰克福学派理论的论著,都程度不同地脱离了不同于西方的地方性语境,不仅重复法兰克福学派思想家对大众文化(mass culture)/文化工业(culture industry)特征的一些描述,而且也重复了法兰克福学派的悲观结论。比如,指斥中国大众文化的商业属性、工业化的生产逻辑以及意识形态的控制功能,批判强制性的类型化、标准化的当代中国大众文化产品塑造了同质性的社会主体,谴责当代中国大众文化抑制了文化艺术品应有的真善美的功能,扼杀了大众的文化艺术创造力、辨识力和个性,歪曲地反映了现实、制造了一个个的白日梦,消解了人们的批判意识和反叛意识,形象的复制导致对现实的非真实认知,梦幻性特征强化了人们的妥协与逃避,批量生产导致审美能力的退化等。<sup>④</sup>

需要说明的是,在1999年出版的《市场逻辑与文化发展》一书中,我自己也在相当程度上接受了法兰克福学派思想家的观点,并尝试以此作为观察和分析中国大众文化现象的理论视野。<sup>⑤</sup>我自己对于大众文化的看法,只是在接触了英国文化研究尤其是费斯克的著作后,才开始发生变化。

进入21世纪以来,随着英国文化研究思潮传入中国,法兰克福学派一家独霸天下的局面已经悄然发生变化。但是,至今法兰克福学派的理论,仍然是众多学者观察和分析中国大众文化现象的主要立场和方法。这种现象相当广泛地见诸2000年以后出版的中国学者论著之中。比如,王毅认为,“目前最通常意义的‘大众文化’指大众传播或大批量生产的文化。”<sup>⑥</sup>潘知常认为,“大众文化是一种产生于20世纪城市工业社会、消费社会的以大众传播媒介为载体并且以城市大众为对象的复制化、模式化、批量化、类像化、平面化、普及化的文化形态。”<sup>⑦</sup>李陀认为,“大众文化是一个特定的范畴,它主要是指当代大工业生产密切相关(因此往往必然地与当代资本主义密切相关),并且以工业方式大批量生产、复制消费性文化商品的文化形式。”<sup>⑧</sup>当然,最具有典型性的,是王彬

彬的看法。他认为,大众文化是“现代工业社会中的‘大众文化’(一首流行歌曲,一部电视连续剧)是由少数人利用现代工业手段快速炮制而成的,然后向大众抛售、倾销。”一般而言,大众不可能参与“大众文化”的制作而只能纯然被动地接受少数人快速炮制成的思想、情感。“‘大众文化’作为一种文化泡沫,是即生即灭的。”大众文化必然是滥情而又矫情的,是以浓施粉黛而掩饰其苍白贫血的,是散发着扑鼻的廉价香水味的,是大众的精神鸦片。“其中的情感,其中对生活的理解对世界的感受,往往是虚假的,它类似于鸦片一类毒品,在大众脑中眼前,制造种种幻象,让大众置身于一种虚幻的生活境地,从而麻痹了大众对自身处境的感受力。”<sup>⑨</sup>

金丹元和王新菊2006年初发表于《上海文化》的《从‘超女’到‘梦想中国’》<sup>⑩</sup>一文,对“超女”“梦想中国”等电视媒体狂欢娱乐现象进行了反思,体现了把西方大众文化理论,应用于中国本土语境的有益尝试,但字里行间也渗透着法兰克福学派的精神旨趣。文章认为,“超级女声”等现象是商业操纵的产物。“从‘超女’到‘梦想中国’此类节目的产生,可以证明中国当下的电视策划人,传媒公司的组织者已经变得非常聪明,也变得极具实用性,他们认识到了文化商品的价值,不管评论家如何说三道四,任凭风浪如何拍打,反正他们要争夺的是抢争市场,占领市场,这就是游戏规则。”文章为媒体制造的“某种‘真实’的假象”、抛出的“某种虚幻的美好前景”而忧虑,因为“结果就必定加剧年轻一代的精神分裂和虚幻症,那么媒体的责任何在,媒体的良心何在?其实当下媒体的大众文化消费,抑或由电视台推出的种种反精英化的集体狂欢,草根性娱乐等,恰恰正是由掌握媒体、把持媒体的精英们自己策划,自己炒作出来的。”从这些文字中,显然也不难看出法兰克福学派关于文化工业的经典立场、价值标准、理论视野的深刻痕迹。

把诞生于西方特定历史和地方性语境的法兰克福学派文化工业批判理论,照搬到当代中国,首先就会遇到批判语境的适用性问题。法兰克福学派于20世纪30年代初在德国的形成,不久就面对着法西斯极权统治的威胁和迫害。因此,其文化工业批判理论的重要出发点,就是分析文化产

品在思想观念上锻造极权主义个体的作用。按照法兰克福学派思想家的看法,法西斯主义的产生并非偶然的事件,而是有其深厚的社会心理土壤。法西斯政治宣传所催生的大众与商业体制所培育的大众(the masses)是合二而一的同一群人。认同作用(identification,直译作“视为同一”)可以解释法西斯操纵之下个体的个性如何消失并退化成了大众、群体中的成员和“非个体化的社会原子”。由于认同作用,大众就会将作为煽动者或催眠师的领袖,当作自我理想或自我典范内投到了自己的人格结构中,所以,大众与领袖的心理结构就具有了基本的同一性。在现代商业制度下,雇员的头脑里最初想的是如何像上级一样,但逐渐地由于压抑性的物质依附的作用,他们的整个人格都被按照统治阶级的样式而加以重新塑造了。显然,这种雇员与上级的人格关系,已经在相当程度上为个体的个性消失并退化为群众以及群众将领袖“视为同一”,奠定了社会心理基础。“一般而言,领袖都是卖弄嘴皮子的好手,他们具有口若悬河和蛊惑人心的煽动力量。这些人施加于追随者的主要魔力就是依靠自己的口才,也就是语言本身。虽然缺乏其理性意义,却能够以一种神奇的方式发挥作用,并且推动古老的退化,使个体退化为群体的成员。”<sup>⑧</sup>在这一过程中,现代传播媒介显然起了推波助澜的作用,“无线电广播变成了领袖的话筒,大街上的大扩音喇叭,不断传出像女妖王一样令人惊慌失措的进行宣传的声音”<sup>⑨</sup>。

在法兰克福思想家看来,法西斯政治宣传与文化工业自上而下的整合和操纵,有异曲同工之妙。前者通过认同作用和催眠等心理学方法,实现了非理性话语与无意识心灵的共鸣,后者则通过隐藏的信息,把统治意识形态潜移默化地渗透入群众(大众)的无意识之中。文化工业只承认效益和利润,它消解或破坏了艺术作品的反叛性,而从属于代替作品的格式。它使整体和部分都同样地从属于格式,也即统一的标准。在一种标准化的生产和消费过程中,一种似乎真实的“伪个性主义”便形成了,表面上的个人选择(诸如偏爱、选择、流行等等),实际上都是处于被操纵的状态。文化工业的重复性和标准化、同质化塑造了大众的自动反应,一切事物都显得是被预先决

定的。“从根本上看,虽然消费者认为文化工业可以满足他的一切需要,但是从另外的方面看,消费者认为他被满足的这些需求都是社会预先规定的,他永远只是被规定的需求的消费者,只是文化工业的对象。”<sup>⑩</sup>正如法西斯政治宣传使个体变成了大众一样,不断重复的广告、不断以标准化与伪个性出现的文化工业产品也使个体变成了原子化的大众。

不同于法兰克福学派文化工业理论得以形成的特殊西方语境,大众文化在中国改革开放的背景下兴起,本身就具有使民众淡化、疏远“左”意识形态的作用,大众文化生活空间的扩张,同时也在某种程度上意味着“左”文化地盘的缩小。尤其是在刚刚经历“文化大革命”的特殊背景下,大众文化的流行还蕴含着对“文化大革命”时期文化艺术政治化、公式化、群体化的反叛以及寻找温情的需要。如潘洗尘所述,“对于唱惯了《都有一颗洪亮的心》、《无产阶级文化大革命就是好》,甚至在结束了十年浩劫之后还只能唱《交城的山交城的水》的那代中国人来说,邓丽君们(包括叶佳修,侯德建,罗大佑的略带惆怅的台湾校园歌曲)的声音几乎就是来自天国,它能给板结的心田以雨露,给苍白的生命以血丝。那时,在拥有数千天之骄子的哈师大校园,我曾亲身感受到,无论是20岁的大学生还是拖儿带女的大学生都在一面寻找着开启知识大门的钥匙,一面在《相聚》的日子里,寻找着梦中的《橄榄树》,《外婆的澎湖湾》。”<sup>⑪</sup>这就表明,不同于西方,大众文化的出现,使刚刚经历过被称为十年浩劫的“文化大革命”中国民众,发现了表达对一体化、政治化、公式化文化的不满以及对世俗化生活情调的向往和要求的合适形式。

因此,如果不经转换而生吞活剥地照搬,就可能会导致为了一种产生于欧洲和美国社会地方性语境中的理论,而剪裁中国地方性事实的结果。正如陶东风所说,西方的任何一种学术话语与分析范型,都不是存在于真空中,都是特定的社会文化语境的产物,因而无不与中国的本土问题/本土经验存在程度不同的错位与脱节。如果不经转换地机械套用,必将导致为了(西方)理论而牺牲(中国)经验的结果。

## 二

即使不考虑中西方“批判语境错位”问题,仅以法兰克福学派社会批判理论资源来审视当代中国大众文化现象,至少也是失之偏颇的。如果要建构更广阔的中国大众文化现象分析视野,就应当实现英国文化研究理论资源与法兰克福学派批判理论资源的结合,并将之导入具有时代特点、民族特色的中国地方性语境中。

在这一方面,凯尔纳的观点,无疑具有启发的意义。凯尔纳首先肯定法兰克福学派思想家对于分析文化与社会的当代形式是非常有用的,认为他们开启了对于大众传播与文化工业的批判性研究之路,并因此而产生出了一种早期的文化研究模式;他们关注资本主义社会中技术、文化工业以及经济状况之间的互动,把对于传媒的政治经济学批判、文本分析与传播的意识形态效果的读者接受研究结合起来。“创造性的法兰克福学派关于文化工业的理论模式,的确清楚地阐述了媒介文化在特定资本整体阶段的社会角色的重要性,并提供了一种至今仍然有用的对于高度商业化、技术高度发达的文化——这种文化服务于统治性的企业利益的需要,在意识形态的再生产方面,在使个体适应占统治地位的需求体系、思想体系以及行为体系方面,扮演了主要作用——的研究模式。”<sup>⑧</sup>凯尔纳相信,技术资本主义的新的全球聚合,是建立在生产新文化形式、社会和日常生活的那种资本和技术的配置基础上的。而法兰克福学派为分析这个聚合提供了资源,原因是其关于文化工业模式的分析,集中关注的是资本、技术、文化和日常生活的接合,这种接合建构了当前的社会文化环境。诚然,法兰克福学派也提出了一种过于片面的、消极的技术观。比如,在韦伯的工具合理性理论基础上,把技术当做统治的工具。然而,其理论“仍然存在一些能够创造一种使技术批判理论成为可能的维度,这种批判理论把技术的解放的方面和压迫的方面结合起来。法兰克福学派通过提供对于技术和意识形态的结合的更加突出的强调,进而在理论上阐述了当代全球资本主义语境中的当代社会和文化,从而补充了英国的文化研究。”<sup>⑨</sup>

与此同时,也应看到,法兰克福学派理论也存

在着相当大的不足。其中尤其突出的是,在过高估计个性被文化工业摧毁程度的同时,过分地简化了有关大众接受和使用文化工业产品的过程。凯尔纳旗帜鲜明地指出,法兰克福学派的立场,即所有的大众文化(群众文化)都是有意识形态的和同质化的、都具有愚弄和操纵被动消费大众(群众)的效果,同样是应该拒绝的。“我对第一代批判学派的理论家们(阿多诺、霍克海默、马尔库塞等)的回应是,资本主义生产体系及其文化和社会因冲突和矛盾而分裂,而不像早期批判学派的理论家们所表述的(是一种——引者加)‘单向度的社会’或‘完全操纵的社会’。”<sup>⑩</sup>英国文化研究的重要代表人物费斯克更一针见血地指出,法兰克福学派文化工业理论的重大缺陷,就是仅仅看到了中心化的、规训性的、霸权式的、一体化的、商品化的力量,以及被纳入资本主义经济体系的、被动的、被操纵的和麻木的受众。而实际上,大众一直在规避和抵抗资本主义文化工业的规训努力,裂解文化商品的同质性和一致性,袭击或偷袭宰制性力量的地盘。“他们交谈,他们思考,他们说笑话,他们始终对他们特殊的从属形态作出他们的理解,他们一直在利用着他们以不同方式、抵制性地使用话语的权力。事件的不受控制性赋予了他们立足点,在支配话语中的弱势处境,由此他们可以行使他们的权力。”<sup>⑪</sup>正因如此,凯尔纳提出了对法兰克福学派关于文化工业的经典模式进行重构的方案:“对经典模式局限的克服将包括对于媒介的政治经济学以及文化的产生过程更加具体的经验的分析,对于媒介工业的建构及其在其他社会机构的相互关系更加富有经验的研究,对于读者接受和媒介效果更加经验的分析,对于媒介文化在抵抗的力量方面的用途更加突出的强调,同时还包括把新的文化理论和方法综合到重新建构的关于文化和社会的批判理论中。”<sup>⑫</sup>

显然,如果要更全面地认识大众文化,就不仅要讨论宰制性力量出于自身利益自上而下对大众的整合和操纵,更需要讨论自下而上的抵抗力量,讨论大众的主动性和创造性,讨论从属者如何拒绝支配性的意义,如何创造性地、有识别力地挪用文化工业提供的资源,创造自己的意义、快感和身份认同。

## 三

在大众文化研究上,英国文化研究具有弥补法兰克福学派局限的作用。诚然,从20世纪60年代早期到80年代初期,英国文化研究仍然继承了法兰克福学派的某些经典立场,两者的结论也颇为相似。大约从20世纪80年代中期开始,情况发生了变化。从这一时期开始的文化研究,在“抵抗”和“收编”两者中,更强调抵抗;也讨论“收编”,但更多的是质疑宰制性力量“收编”策略的成效,并把“抵抗”视为一个与“收编”形影相随、持续不断的过程。如凯尔纳所说,“语境化的文化研究是从现存的当代文化和社会现实斗争的角度来解读文化文本,把意识形态的分析置于现存的社会-政治的论争和冲突之中,而不是仅仅涉及那些被假定是铁板一块的统治性意识形态或某种被简单地等同于意识形态的操纵或统治本身的大众文化模式。”<sup>⑧</sup>英国文化研究,通常坚持在生产过程和文化消费行为中的辩证法。一个消费者被安置在一个特殊的社会语境中,通常会面对一种作为决定性生产条件之结果的物质存在的商品。但以同样的方式,一种商品是由一个被安置在一种特殊社会语境中消费者所面对的,他把它挪用为文化,并在使用中生产出商品可能承载的整个可能意义。英国文化研究所感兴趣的,与其说是由文化工业所提供的文化商品,不如说是这些商品在消费行为中被挪用和理解的方式,这种挪用和理解经常是以它们的生产者并未打算或甚至是没有意料到的方式进行的。“统治阶级建构大众文化领域,企图赢得霸权,同时又以反对这一企图的形式出现。因此,它不仅仅是包含了自上而下,同统治阶级步调一致的群众文化,而更像是两者之间的一块谈判场所,其间主导的、从属的和对抗的文化与意识形态价值,以大众文化形态各异的特定方式,‘混合’在不同的队伍里了。”<sup>⑨</sup>这个差异把文化研究和法兰克福学派两个传统严格区分开来了。

与法兰克福学派相比较,在大众文化理论上,英国文化研究有诸多创新之处。比如,颠覆了把大众视为无辨识力的、被操纵的、被麻醉的“文化笨蛋”的精英主义,突出地强调了大众的主动性以及文化辨识力、生产力和创造力;颠覆了视文化

工业/大众文化为被奴役者的消遣、身心交瘁、惶惶不可终日的可怜虫用以散心、娱乐的观点,充分地肯定了大众文化的积极功能特别是其在意义、快感和社会认同流通中的作用;纠正了以往抬高“先锋文本”并极力贬低“大众文本”的做法,分析了大众文本的“生产者式特征”,并给予了其积极的评价;与法兰克福学派等仅仅注重道德与审美的文本分析框架及推崇的那种批判的、审美的辨识力不同,提出了大众的文本辨识标准,即相关性标准;与法兰克福学派等仅仅把文本作为理性化、逻辑化结构来思考形成对照,充分地肯定了大众文化的快感功能;颠覆了法兰克福学派等视大众文化在政治上是消极的、仅仅发挥了社会安全阀作用的观点,充分地肯定了大众文化积极的政治潜能。

正因如此,英国文化研究在相当程度上克服了法兰克福学派的不足,从而与后者构成了相互补充的关系。

英国文化研究思想家费斯克曾经说过,如果把意识形态分析、精神分析、结构学和符号学等“与政治经济学和法兰克福学派的批判理论研究结合在一起来看,我们将十分清楚地发现,资本主义体制的经济与意识形态的必要条件决定了日常生活的方方面面,而日常生活又反作用于它们。”<sup>⑩</sup>然而,在英国文化研究思想家看来,对资本主义文化工业操控的现实,仅仅以精英式的观照或带有优越感的嘲笑,并不能一劳永逸地和全面地认识问题。因此,问题的关键,不是要简单地重复政治经济学和法兰克福学派的结论,而是要补充其不足,从而为观察大众文化提供一种更全面的新视野。用英国文化研究另一位思想家斯道雷的话说,“虽然我们从来不应当无视生产的资本结构、权威结构以及创作结构的操纵权力,可我们必须坚持文化消费的积极的复杂性和受情境制约的能动性。”<sup>⑪</sup>“拒绝消费的被动性并非是拒绝消费有时也是被动的事实。而对资本主义文化产业所产生的商品进行消费的消费者是文化受愚弄之人这一点加以拒绝,并非是拒绝资本主义文化产业旨在操控的事实。”<sup>⑫</sup>

正因如此,如果要建构更广阔的中国大众文化现象分析视野,就应当实现伯明翰学派或文化研究理论资源和法兰克福学派批判理论资源的结

合,并将之导入中国特殊的地方性语境中。

比如,如果在法兰克福学派的基础上,用文化研究理论来思考“超级女声”现象,就可能不仅看到其中的消极面,如文化工业、商品经济等的控制和操纵,而且也可能从中发现积极的一面,尤其是大众的主动性、文化辨识力和创造力。诚然,“超级女声”现象是按照资本的逻辑、市场经济的原则运作的,套用文化研究思想家费斯克的话说,在金融经济中,“超女现象”流通的是财富,为文化产业生产利润服务。但是也可以把“超女现象”视为文化产业提供的原材料,大众正是在使用这种原材料的过程中创造了她们/他们自己的意义、快感和身份认同。比如,进入选秀阶段,在超级女声迷板砖的威胁下,评委对选手的评判语言有所顾忌而变得温和,制作者不仅修改了节目规则,而且也在节目中添加了人文关怀的内容。<sup>⑤</sup>这就表明,霸权并不是以一种统治的形式而被动地存在的。它是被不断地更新、重新改造、维护和修正的,同时也被不断地抵抗、限制、改变和挑战的。控制和反控制、权力和对权力的抵抗,总是形影相随、相伴而生的。作为一种大众文化,“超女现象”也是一种折中平衡,既是商业的,也是本真的;以抵制和合为标志,既是结构,也是能动性。此外,形形色色的人不仅因超级女声而跨越了阶层、性别、区域等社会范畴,并形成了新的大众层理或新的社会效忠从属关系,而且也创造了自我辨认的标记称号(如玉米、盒饭、笔粉、凉粉<sup>⑥</sup>等)。他/她们从超级女声文本“库存”中选取对自己有用的东西,创造并流通自身的意义和快感,而并不在乎文本中的倾向性意义。如果以这种方式思考,就会把聚焦点从仅仅定位于资本如何利用“超女现象”操纵、整合大众,转向关注“超女”文本的诸多社会意义,关注它们如何被消费者挪用以及它们如何在实践中被大众所使用,关注消费者如何进行解读。否则,研究者就只能发现那些“玉米”、“盒饭”、“笔粉”、“凉粉”们仅仅是任由文化产业集团任意摆布和愚弄的“文化笨蛋”,而无法发现她们/他们的主动性、积极性以及文化辨识力和创造力。

当然,需要进一步说明的是,正如以法兰克福学派理论分析当代中国大众文化现象会遭遇中国特殊的语境问题一样,以英国文化研究的大众文

化理论分析当代中国大众文化现象,也会遭遇到同样的问题。理论只有联系实际,才可能焕发生命力。套用文化研究的话来说,意义从来就不是明确的,而通常是地方性的,取决于语境的。如果照抄照搬、生吞活剥式地、不经转化地运用文化研究理论以分析中国现实,也会犯照抄照搬、生吞活剥地、不经转化地运用法兰克福学派理论同样的错误。因此,正如法兰克福学派理论在中国遭遇的问题一样,如何将文化研究的大众文化理论,接合到当代中国特殊的、地方性的语境中,仍然是中国学者必须面对的一个富有挑战性的问题。尽管如此,有一点是可以肯定的,也如对待法兰克福学派的态度一样,如果仅仅以文化研究的大众文化理论不适合中国国情为由而拒斥它,这显然是一种因噎废食的做法。显而易见的是,在这个全球化的世界里,中国本土化的大众文化理论不可能在自外于其他国家和民族文明的基础上而有所建树。

#### 注释:

①②《对当前流行音乐问题的讨论》,《新华文摘》1981年第6期。

③④[美]尼古拉斯·米尔佐夫著;倪伟译:《视觉文化导论》,凤凰出版传媒集团、江苏人民出版社2006年版,第11~12、13页。

⑤[美]马克·波斯特著;范静哗译:《第二媒介时代》,南京大学出版社2000年版,第6页。

⑥张炜:《与大学生的马拉松长谈》,《小说家》1994年第3期。

⑦王蔚:《“选秀”的终结与“PK”的遗产》,《读书》2008年第1期。

⑧欧阳谦:《人的主体性与人的解放——西方马克思主义的文化哲学出探》,山东文艺出版社1986年版。

⑨俞吾金、陈晓明:《国外马克思主义哲学流派(西方马克思主义卷)》,复旦大学出版社1990年版。

⑩李小兵:《资本主义文化矛盾与危机》,中共中央党校出版社1991年版。

⑪陶东风:《欲望与沉沦——大众文化批判》,《文艺争鸣》1993年第6期。陶东风后来对此文中的观点进行了自我反省。参见陶东风、徐艳蕊著:《当代中国的文化批评》,北京大学出版社2006年版。

⑫⑬⑭⑮陈刚:《大众文化与当代乌托邦》,作家出版社1996年版,第22~23、32、34、36页。

⑯参见陶东风:《批判理论与中国大众文化批评》,

《东方文化》,2000年第5期。据陶东风在文中的不完全统计,20世纪90年代出版的大陆学者撰写的有关大众文化或较多涉及大众文化的研究著作(如陈刚的《大众文化的乌托邦》,作家出版社1996年;肖鹰的《形象与生存:审美时代的文化理论》,作家出版社1996年;黄会林(主编)的《当代中国大众文化研究》,北京师范大学出版社1998年;王德胜的《扩张与危机——当代审美文化研究》,中国社会科学出版社1996年;姚文放的《当代审美文化批判》,山东文艺出版社1999年等),以及代表性论文(如尹鸿的《为人文精神守望:当代中国大众文化批评导论》,《天津社会科学》1996年第2期;金元浦的《试论当代的文化工业》,《文艺理论研究》1994年第2期;姚文放的《文化工业:当代审美文化批判》,《社会科学辑刊》1999年2期等),均大量地引用了法兰克福学派的批判理论,尤其是《启蒙辩证法》中论“文化工业”的部分。

⑰参见陈立旭《市场逻辑与文化发展》,浙江人民出版社1999年版。

⑱王毅:《文化研究术语》,陆扬、王毅选编:《大众文化研究》,上海三联书店2001年版,第274页。

⑲潘知常、林玮:《大众传媒和大众文化》,上海人民出版社2002年版,第6页。

⑳李陀:《大众文化批评丛书·序》,胡太平:《崇高的暧昧》,江苏人民出版社2002年版,第1页。

㉑王彬彬:《为批评正名》,时代文艺出版社2000年版,第333~335页。

㉒金丹元、王新菊:《从‘超女’到‘梦想中国’——对当下电视媒体狂欢的整体文化反思》,《上海文化》,2006年第1期。

㉓Theodor W. Adorno, *The Culture Industry: Selected Essays on Mass Culture*, London: Routledge, edited by J. M. Bernstein, London: Routledge, 1991, p. 127.

㉔⑵[德]霍克海默、阿多诺著;洪佩郁等译:《启蒙的

辩证法》,重庆出版社1990年版,第118、133页。

⑵⑶潘洗尘:《关于POP文化在中国演进过程的一个简单概述》,《文艺评论》1994年第2期。

⑵⑷⑸[美]道格拉斯·凯尔纳著;陶东风译:《批评理论与文化研究:未能达成的接合》,陶东风主编:《文化研究精粹读本》,中国人民大学出版社2006年版,第136、144、147页。

⑵⑹[美]道格拉斯·凯尔纳:《关于电视批判理论》, [英]罗杰·迪金森等编;单波译:《受众研究读本》,华夏出版社2006年版,第43页。

⑵⑺[美]约翰·费斯克著;杨全强译:《解读大众文化》,南京大学出版社2001年版,第191页。

⑵⑻[美][美]道格拉斯·凯尔纳著;丁宁译:《媒介文化》,商务印书馆2004年版,第175页。

⑵⑼[英]托妮·贝内特著;陆扬译:《大众文化与‘转向葛兰西’》,陆扬、王毅选编:《大众文化研究》,上海三联书店2001年版,第66页。

⑵⑽[美]约翰·费斯克著;王晓珏、宋伟杰译:《理解大众文化》,中央编译出版社2001年版,第129页。

⑵⑾[英]约翰·斯道雷著;和磊译:《文化研究:一种学术实践的政治,一种作为政治的学术实践》,陶东风主编:《文化研究精粹读本》,中国人民大学出版社2006年版,第90页。

⑵⑿约翰·斯道雷著;王晓路译:《英国的文化研究》,《文化研究》(第7辑),广西师范大学出版社2007年版。

⑵⑿参见罗小萍:《费斯克理论与〈超级女声〉》,《当代传播》,2006年第3期。

⑵⑿超级女声明星李宇春、何洁、周笔畅、张靓影的迷,分别自称或被称为“玉米”(宇迷)、“盒饭”(何fan)、“笔粉”(笔fan)、“凉粉”(靓fan)。

责任编辑 俞伯灵 徐东涛

(上接第24页)法律手段(包括立法和司法手段)设置的程序环节。请参见朱芒:《行政立法程序基本问题试析》,载于《中国法学》2000年第1期,第56页。

⑳虽然山西省政府副省长陈川平说明“山西煤矿企业兼并重组整合的主要做法”时提及“深入调研、广泛征求意见和科学论证”,但笔者一直未能找到有关公开内容。

㉑2008年9月28日颁布实施,晋政办发〔2008〕83号。

㉒例如,《山西煤炭重组快马加鞭:补偿标准成难题》, <http://finance.ifeng.com/news/industry/20090831/1171186.shtml>, 访问于2010年2月1日。

责任编辑 陈亚飞