

法兰克福学派“文化工业论”述评

◇ 傅永军

(山东大学哲学与社会发展学院教授、博士 济南 250100)

摘要:法兰克福学派的“文化工业论”提供了一种有典型意义的大众文化批判模式。这种模式把文化工业所操纵的文化活动的标准化、模式化、商业化、单面性、操纵性、强制性看作是当代工业社会文化艺术的根本性特征。法兰克福学派详尽揭露了大众文化的消极作用,对大众文化的平民化趋向采取激烈的拒斥态度,表现出一种誓死捍卫所谓精英文化的愚顽气,骨子里充满一种守旧意识和贵族式傲慢。

关键词:法兰克福学派 文化工业 大众文化

文化工业或大众文化今天已不再是人们陌生的字眼。大众文化批判在西方也不只是喧闹一时的短暂的文化现象。可以说,自从文化的商品资源被创造性地运用并锻造出主要关涉日常生活意义的通俗文化之后,所谓“精英文化”与大众文化的斗争就从未停止。在这场斗争中,法兰克福学派的“文化工业论”提供了一种有典型意义的大众文化批判模式,本文试就这一批判模式作一分析。

文化工业(大众文化)凸现为社会批判理论的核心概念应归功于法兰克福学派的创始人霍克海默。霍克海默先是在与洛文塔尔的通信中提出大众文化批判问题。随后又在他与阿道尔诺合著的《启蒙辩证法》一书的草稿中,明确使用大众文化概念。而在正式出版的《启蒙辩证法》书稿中,又用“文化工业”一词取代了“大众文化”。按照阿道尔诺的解释:他们之所以用“文化工业”这一表达来置换“大众文化”,是为了从一开始就排斥那种从群众自身中自发产生的文化——通俗艺术的一种当代形式。^①所以,尽管霍克海默后来也偶尔使用“大众文化”一词,但却总是要赋予它以“文化工业”的内涵。

需要指出的是,法兰克福学派并没有一个经典的“文化工业”定义。在他们那里,“文化工业”一般指的是凭借现代科学技术手段大规模地复制、传播文化产品的娱乐工业体系。这里的“工业”,不是技术学意义上的“工业”,而是哲学—社会学意义上的“工业”,因而它指的不是严格的生产过程,不过表示事物本身的标准化和分配技术的合理化。故“文化工业”概念并不排除这个“工业”体系中的某些部分(如作品的构思与创作),会采取一种不同于这个体系中绝大部分(如电影、电视、广播等)的生产方式,即采取与模式化、程式化生产方式不同的个别的生产方式。从这个意义上说,“文化工业”一词并不表示生产,而是表示文化产品的“标准化”和“伪个别化”。所以,尽管文化工业和大众文化在本质上是一而二,二而一的事情。但是,相对于大众文化来说,文化工业更强调通俗文化与工业社会在技术上的联系,更强调通俗文化的无深度、模式化以及易复制和按市场规律批量生产等特征,也更为强调通俗文化独特的传播方式(如电影、电视、收音机以及报纸、杂志等工业化产

物)和由此导致的文化堕落:文化在文化工业模式操纵下,成为束缚意识的工具、独裁主义的帮凶,并以较前更为巧妙有效的方式(娱乐)来欺骗大众、奴役人,从而促使文化从启蒙向意识形态倒退,成为欺骗大众的手段。用法兰克福学派成员洛文塔尔的话来说是这样的:“在现代文明的机械化生产过程中,个体的衰微导致了大众文化的出现,这种文化取代了民间艺术和雅艺术。通俗文化的产品全无任何真正的艺术特征,不过,在其诸种媒介方式中这种文化已被证明有其自身的真正特征:标准化、俗套、保守、虚伪,是一种媚悦消费者的商品。”^②

文化工业是科技合理性的逻辑引伸。科技合理性是一种工具理性,它的品性就在于应用和操作。科技合理性的对象化成果在物质层面上表现为不断发展的生产力,而在精神层面上的成果就是生成一种文化工业。科技理性所提供的技术性前提,保证了大众文化以一种产业化的方式大规模批量生产,从而与前资本主义时代建立在脑力劳动与体力劳动分工基础上的个体精神劳动方式明显区分开来。前资本主义时代个体精神劳动作为文化“贵族”享受的特权已随梦而去,精神劳动者以鲜明的个性介入创作,在作品中负载一种超越理想,表达某种对人的价值和人生意义的关注,也业已成为历史的回忆。那时代创造的文化被称为“高等文化”或“贵族文化”,但却被送进了纪念馆、博物馆、美术馆等为人所自觉圈护起来的地方。子孙后代只能瞻仰它们,却不能享受它们。文化工业消解了个体精神劳动者,它把受过教育的普通人都变成了大众文化的主体,要求他们以平民的资格参与文化活动,创造出一种适合于大众口味的、方便面式的精神消费品。传媒时代铺天盖地蜂拥而至的卡通片、广告、流行音乐、追星族等等,就是它的表征。大众文化的这种表现,“猛烈地消除了旧有文化真正的风格与艺术风格之间的区别。”^③文学艺术的创作方式经过文化工业这个过滤器发生了一种根本性的变化。

前资本主义时期的文学艺术的创作弥漫着一一种悠闲意识,甚至可以说它就是文化创造者为有闲阶层创作的精神奢侈品。传统对文化艺术创作的解释完全是用精英文化的话语来陈述,因而它强调这样两个原则:第一,进行文化创作的主体是天才的个人,这个天赋极高的文化创造者凭借自己的灵感能将感性经验和理性范畴统一在艺术品中;第二,天才的文化创造者在

自己的灵魂隐秘处一定有一种不可言喻的神秘的机制,它主导着创造者以一种不同于纯粹理性系统的方式进行着文化作品的创作。可见,前工业化文化的主体是一群身份独特的知识精英,他们一直生活在拒绝用平民化语言表达理智与情感的知识阶层,在文化领域中他们拥有话语权,但他们又拒绝用他们的话语去陈说平民的庸常生活和功利主义生活态度。因而,这些所谓的文化精英总是自认为是文化标准的创造者和评判者,即使自己被大众抛弃而只能顾影自怜,也决不向艺术之外的因素屈服。可见,精英文化是一种自恋性的文化,一种拒绝进入交换关系而需要为大众接受的文化。在生产状况十分低下,社会分工的水平不高,脑力劳动和体力劳动的差别不是很明显,人们的绝大部分精力仍然是为生计而苦苦奔波,社会上既没有闲人大量存在,又没有谁为他们批量生产供其消遣的艺术品情况下,文化有资格“贵族化”,文学作品可以通过个人化的书写和天才式的灵感宣泄使作品产生独特的“辉光”。但是,当工业文明的浪潮将科学技术对物质匮乏的征服社会化之后,随着社会生活水平的大幅度提高,一般人在工作之余,有了充足的闲暇时间,也就有了文化消费的可能性,同时也有了参与文化创造的可能性。文化艺术的创造就不再是个别天才人物的专利,任何一个人人都可以介入文化创造活动。谁能支配传播媒介,利用好传播媒介,谁就可以一夜之间走红,谁也就是过去那种传奇般的“天才人物”。另一方面,科学技术的进步又以不可抗拒的态势迅速渗入文化产品的制作,文化产品的生产与工业产品的生产流程基本相同,制作者按照既定模式用无个性的流行俗语迅速地把作品生产出来,人成了会说话的复印机,有感情的录音机和可自我行走的摄影机。文化工业的兴起击毁了精英文化的创作方式,也中止了文化的自恋情结。

对法兰克福学派来说,这种击毁,这种中止是戕害真正文化的邪恶杀手,因为,文化工业所体现出来的设计(大众文化的创作方式),是更为不合理的社会力量所强加的,商人的力量在这种设计的背后巍然挺立着。也就是说,推动文化工业的动力不是人的需要(尽管文化工业时常打着这一旗号),而是市场的需要和商业利润。大众文化的制作者们为了自己的利益而有意识地为广大消费者提供适宜于他们心理机制的作品,就像提供方便面似的让你只管吞咽,根本就不为你留下分析和选择的余地。更何况在文化工业所及的广阔的世界中,自然被摧毁了,没有什么山乡流水可以避世,没有什么桃源胜境可以憧憬。在文化工业中,生产替艺术完成了一切,艺术用技术化方式摧毁了梦想。结果,不仅文化作品创作方式发生了根本性变化,而且文化、艺术作品也被彻底世俗化、均质化、商业化。人们看到,“文化工业的每个产品都是经济上巨大机器的标本。”^④

文化、艺术作品的商品化,又反过来严重伤害了文化、艺术作品本身的风格,文化、艺术作品雷同平庸,所创作出来的作品颠来倒去,就是那些程式,具有高度的同质性,可复制性,易于批量生产,谈不上艺术水平,更谈不上作品中包含着崇高理想追求和超验想象。程式代替了作品,雷同代替了个性,这就是文化艺术在文化工业中的命运,也是它必然遭受的劫难。这个劫难甚至延伸到高雅文化、精英文化的身上。程式化的直接结果就是消除语言的个性化,推广一种规范化了的语言,高雅文化、精英文化也免不了这个厄运。例如,古典时代的许多严肃

的音乐,被改编成讽刺体裁,像贝多芬的典雅朴素的小步舞曲,在爵士乐中被省略且又被粗暴武断地加进滑稽可笑的节奏。文化工业在文化本性、语言和风格等方面的变化导致传统文化概念在当代的阻断。

面对着大众文化对真正文化无所顾忌的破坏,眼看着低劣的东西驱逐了优秀的东西,荒芜枯竭的文化沙漠不断扩大,法兰克福学派的思想家们像孤愤的斗士,退守着日渐缩小的领地,宣泄着对文化工业的愤怒和轻蔑。然而,这并不能阻挡文化工业的高歌猛进。大众文化适合商业社会的品格决定了它在现时代的强大生命力。文化精英的整体消失和精英文化逐渐丧失曾经拥有过的强大的文化暴力,事实上宣告精英文化对大众文化的讨伐只是一种极具表演性的自恋叙事,一种自我安慰般的对“血性”的偏执,或者说是一种淡淡的怀旧式的伤感。大众文化正是在这种精英文化的自叹中怜中向世界宣布自己的登场。它向世界发出的“不是小丑帽子上的铃铛声,而是资本主义理性敞开门窗未来大门的钥匙声。”它将成功地打开商业社会的“百门之堡”。

二

文化工业所操纵的文化活动的标准化、模式化、商业化、片面性、操纵性、强制性是发达工业社会当代资产阶级文化艺术的根本性特征,这些特征使得发达工业社会中的大众文化具有压抑主体意识、个性创造性、想象力与压抑个人及社会自由开拓、自由选择之功能,它的非人性本质和它的消极的社会功能是显而易见的。用霍克海默、阿道尔诺的话说就是:“与自由时代不同,工业化的文化可以像民族文化一样,对资本主义制度发泄愤怒,但不能从根本上威胁资本主义制度。这就是工业文化的全部实质。”^⑤

法兰克福学派所重点剖析的文化工业的危害大体可归纳为以下三个方面:

1. 文化工业的标准化、划一性扼杀了个性和创造性

文化工业或大众文化在现代发达工业社会中的生产完全是用同工业生产流程一样的方式生产,生产前对市场的调查以及对资金投入与产出之比的分析,将工业生产和市场运行的概念不折不扣地引入文化产品的生产。如果说,在前工业化精英文化时代,从事文化作品创作的艺术还曾在灵感来临之际,怀着为某种神圣使命感而产生出来的激情,用自己的全部心力从事创作,那么,在文化商品化,作品生产产业化的今天,创作已成为传奇,我们看到的只是从生产线上源源不断地流淌出来的拷贝、唱片和流行杂志等,它们又被无差别地一再复制、传播……模仿成为时尚,内容的风格被堵塞和冻结。法兰克福学派将文化工业生产作品的这种方式称之为“标准化”现象。所谓的“标准化”乃是一种影响作品的一般特征和细节的过程,文化工业按照一定的标准、程序,大规模生产各种复制品,使得文化作品无处不显露出今天的文化生活所具有的那种划一性。不仅电影、收音机和报刊杂志形成了一个无论在整体上还是在局部上都具有同一性的系统,而且,“甚至政治对手们的美学活动都成为同一的和热情顺从铁幕系统的韵律的活动。”^⑥结果,文化中富有创意和鲜明个性化特征的语言消失,文化的生产和消费呈现出非个性化和伪个性化倾向。

非个性化和伪个性化是文化工业对个人发生负面影响的两种极端表现形式。非个性化倾向主要表现为：在文化工业的强大压力下，个人不由自主地消融在文化产品的模式化、程式化表现中，他的富有自我色彩的生活因顺从大众统一标准而变成幻影，他的生活不过是大众媒介推崇的样板生活的“拷贝”，因而，他说流行的话，他穿流行的衣，他唱同一个声调的靡靡之音，他和别的人没有什么区别，是一个模子铸出来的。这种消弥个性的人也同时失去了艺术欣赏的自主性和想象力，处身于一种幼稚的状态，一种被动依附的状态。

伪个性化是个性虚假的表现。在传媒无孔不入、无处不在的时代，个性已习惯于自我虚化以维持一个虚假的个性外观。这种伪个性的典型表现就是大众文化时代盛行的廉价的偶像崇拜。偶像的创生在文化工业中完成，它借助具有巨大影响力的大众传播媒介使偶像深入人心，以便制造出明星供大众消费。然而，不幸的是，这种偶像崇拜使平庸者一个个都成为英雄式人物。电影中英雄形象被扮演者所分享，杂志封面上作为俊男靓女偶像的明星式人物，花花绿绿，比比皆是，一夜之间成为富翁的传奇人物为千百万人所顶礼膜拜。与之相对应的是另一个极端，即身价最高的明星成了宣传不出名商品的广告图片，他们完全物化了，像商品一样，让人挑来挑去。在文化市场上，明星被彻底非人化了，成了被抽空内容的纯粹形象。而明星之所以是明星，也正在于他的一切可以被物化为商品。物化的越充分，明星的形象越晶莹剔透，在市场的知名度就越高。一切失去交换价值的明星只能像过时的商品那样饱受被遗弃的孤独和凄凉。

文化工业就这样将艺术中的个性彻底绞杀，这种柔性的剿灭是深入彻底的，丝毫没有商量的地步。面对资本和市场的这种暴虐，艺术或者在抗争中悲壮地死亡，或者沉沦于市场，放弃个性而与资本共舞，除此之外，决无第三条道路可走。

2. 文化工业的强制性、支配欲使文化变成了一种控制形式
社会控制的形式，在前工业社会中和工业社会中有着明显的区别。前工业社会，社会控制主要表现为一种“中央控制”。被魔力化了的神话中的主体支配着人的意志，控制着人的行为，宰制着人的生活状态。人因恐惧这个“巨灵”而不能摆脱被支配的悲剧。工业化时代的社会控制形式，主要通过文化工业发挥自己的社会支配功能。文化工业的资本化操作成功地实现了对大众的“精神催眠”，并达到了预先计划好的社会控制效果。因为，“资本对电影及其它消闲事业的成功渗透和制约表明它已有能力把握并塑造大众社会的心理特征。在其调节操纵下，个性才华沦为商品，艺术实验蜕变成标定模式，假饰的平庸顶替了自然清越，反叛与抗议得以周密地驯服或收买。从卓别林天才的创新，嘉宝独特的风采，黑人爵士乐骚动的颠覆本性直到奥森，威尔斯倔强的反传统导演思想，无不被消解融汇进一个巨大眩目的幻影世界。在那里，人们的欲望和梦想被巧妙地控制在‘挑逗与压抑、渲泄与约束’水准之间；在那里，人们只需花上几毛钱即可尽饮孟婆茶，饱食忘忧果。”^⑦这样，文化工业以技术理性对生活形态的严重侵蚀，导致了人在现代资本主义社会中的自我异化，形成社会对人进行宰制的基础条件，工艺合理性本身遂成为统治的合理性，而统治的合理性又反过来构成自我异化社会的强制性本质。

文化工业的控制本性不仅通过它的资本化操作体现出来，而且通过它的强制性特征实现出来。文化工业造成了“不断重复”、“整齐划一”、“满足相同需要”及“控制大众喜好”等事实，并通过对这些事实的控制，使“闲暇的人不得不接受文化制作人提供给他的东西”，从而剥夺个人的自由选择。霍克海默、阿道尔诺曾以电话机与文化工业中的收音机的区别为例，生动形象地对这个问题作出了说明。他们指出，电话机仍允许用户发挥主体作用，用户可以自由地表达自己的思想，因而电话是“自由的”(liberal)；相比较看，收音机是“民主的”(democratic)，因为它将全体参与者复归为听众，并且命令式地强迫他们从属于完全是大同小异的广播节目，缺少交流，不能对话，这就剥夺了个人的主体性。而晚期资本主义社会正是通过不计其数的大批生产和大众文化的机构，把因袭守旧的行为模式当做自然的、令人尊敬的、合理的模式强加给个人，履行着操纵意识的控制功能。于是，人们看到，在文化工业制造的轻松艺术中，人的头脑中一片空白，无思无想，忘却了一切痛苦和忧伤，放弃了反抗的权力，包括思想上反抗的权力。人任凭文化工业控制着自己的需要，所谓选择的自由、行动的效果，都是由电视荧屏或报刊上的奇闻轶事裁定的，而现实中人不过是同一利益集团的“拷贝”。由此可见，文化工业生产和制造着迎合人们需求的精神鸦片，维护着现存社会秩序。

3. 文化工业的欺骗性、操纵性消除了文化原有的批判和否定的向度，使其堕落成为现实和统治辩护的意识形态工具

洛文塔尔曾用阿道尔诺喜欢引证的术语指出，大众文化是本末倒置的精神分析学。之所以敢于对大众文化作出这种断定，完全是因为大众文化具备精神分析学倒置后所产生的那种品格。大众文化作为现代社会控制的帮凶，不仅不能医治极权主义个性，反而有助于酿成这种个性，帮助这种理性去削弱日渐衰微的个体意识和批判理性。因此，在法兰克福学派眼里，文化工业的真正意义是与“大众欺骗”的文化工具以及“为社会辩护”的意识形态紧密联系在一起。

作为大众欺骗的文化工具，文化工业制造的作品对消费者构成一种具有欺骗性的意识形态，用霍克海默和阿道尔诺的话来说就是：“文化工业通过娱乐活动进行公开的欺骗。这些娱乐活动，就像宗教界经常说教的，心理学的影片和妇女连载小说所喋喋不休谈论的，进行装腔作势的空谈，以便能够更牢固地在生活中支配人们的活动”^⑧。这就是说，文化工业不仅仅是一种娱乐消遣的制作部门，它还通过娱乐作品的制造扮演着欺骗民众的角色。大众文化所制造的娱乐消遣已经使得“欢乐”和“享乐”失却了本真意义。欢乐不过是盲目的心满意足（文化工业时代的消费者，从他成为消费者的那一时刻起，他就丧失了鉴别能力，一味盲目地顺从那些不管是有意还是无意义的作品，一切按照广告宣传行事，由此而来的满意便不是欢乐，而是一种“盲目的心满意足而已。”享乐变成呆板无聊（在文化工业制造的轻松艺术“辞典”上，享乐不过意味着头脑空白，全身心的放松，忘却一切痛苦和忧愁，这是一种逃避行为，也是一种放弃反抗与否定的顺从行为。结果，人们在大众文化制造的娱乐享受中变得愈加浑浑噩噩。具有大众欺骗功能的文化工业当然是一种意识形态，它借用与“商品拜物教”相类似的方式行使着对大众心理意识的操纵。马克思曾从拜物教角度说

明生产者对自己生产的产品的崇拜,阿道尔诺等人则用它说明交换价值以一种特殊的方式渗入文化的生产和消费。结果,一方面使文化产品从开始生产之初就打上了供市场销售的可互换烙印;另一方面,使艺术的评价标准由自身的艺术性切换成它的市场效应即票房价值。当拜物教观念将这种文化产品彻底商品化之后,艺术与广告的区别就不复存在,文化产品也是为了交换而不是为了满足任何审美和净化心灵的需要。这样做的直接后果是降低了人们的欣赏趣味,剥夺了人们对艺术超越性价值的追求,削弱了人们的敏感性,放逐了个人的自由选择能力,培育了人的被动机械的反应特征,削平了人们的批判和否定能力,在平庸的文化作品的催眠和灌输下,逐步习惯了现实采取顺从和非批判态度。总之,文化工业不仅是制造娱乐消遣作品的生产部门,而且还是一种意识形态,一种对生活很少作出有意义解释的、空洞无物的意识形态。

三

法兰克福学派对文化工业的彻底否定态度,反映了他们对现代国家通过文化手段对整个社会进行控制所导致恶果的深深忧虑。他们把大众文化纯粹看成是现代生活秩序中禁锢人的思想和导致“非人化”现实的消极力量。因此,他们坚决拒斥大众文化。然而,仔细分析法法兰克福学派的文化批判理论,其缺陷是显而易见的。法兰克福学派的文化批评完全站在科技文明和大众文化的对立面去理解、评估工业化以来文化的发展及其表现,尤其是平民大量参与创造的世俗文化。他们对文化的这种平民化趋向表现出一种明显的情绪上的拒斥态度和不屑一顾的轻蔑。他们特别强调精英文化与大众文化的区别,强调精英文化独一无二的精神自由和思想价值,表现出一种誓死捍卫精英文化的愚顽气。法兰克福学派的批评家们是20世纪文化领域中最后一批血统纯正的“日耳曼王公贵族”,他们骨子里充满一种守旧意识和贵族式傲慢。所以,他们与大众文化和大众文化的社会主体——平凡的民众都保持着一定的距离,以近乎绝望的口吻唠叨着解放与复归的渴盼。因而,他们的大众文化批判一方面把大众描述为文化工业的受害者,一方面又断然宣布大众注定不能自己解放自己,大众只不过是一群仰仗少数文化精英开启其智慧的心盲之众。尽管我们不能否认法兰克福学派的批判是对一种集权的政治和文化控制所作出的一种极端的反应,是给予暂时丧失自主意识的迷失的大众的一掌猛击。但是,我们还要说,法兰克福学派出于过浓的贵族气而把大众文化纯粹地看成是现代生活中奴役和控制的消极力量,企求以强调超越性价值的精英文化来突出贵族化知识分子的人文精神和批判向度,显然是片面的,错误的。

令人欣喜的是,在西方,已有许多思想家开始批评法兰克福学派在文化哲学方面的极端与片面的观点,力求对大众文化做出更为客观冷静的分析,不加偏见地评价大众文化的作用和历史地位。这些思想家对以法兰克福学派为代表的悲观主义大众文化文化批评观从许多方面进行了较彻底的检讨与反思,并从理论上肯定了大众文化的创造性和启蒙性,以及大众文化创作主体和接受主体在文化活动中的主动性,并强调从大众文化中设想和探索当前普遍性社会改革所需要的观念革命和思想动力,使人们认识到大众文化的创造者和消费者也是社会变

革的参与者和新的社会价值意义的共同缔造者,从而削平文化批评上那种带有轻蔑意味和道德训斥意蕴的贵族气。例如,英国文化研究学派的代表人物J.费斯克就从推动社会变革角度研究大众文化,提出了一种与传统文化观不同的新的文化观。这种文化观认为,文化的意旨主要不在它的美学或者人文意义,文化既不表现为艺术杰作中的美学理想,也不是什么超越时代、国界之永恒普遍的人类精神的同义词。文化就是工业化社会中意义的生产,就是“工业化社会中生活的方法,它涵盖了这种社会的人生经验的全部意义”。因此,“文化研究者就无须去比照经典作品的模式,把像影视、连环画,通俗文艺这样的文化工业产品界定为大众文化的‘艺术成品’。认识和理解大众文化的关键并不在于这些文化工业产品有多高的‘艺术价值’,因为这些文化产品本来也不需要先转化为‘艺术成品’才能担负起它们自己特殊的社会功能。”^⑩故,文化工业的产品是否具有精英文化所标榜的那种艺术品质就无关宏旨。重要的是,大众文化的消费者对待大众文化的态度并非完全消极的,消费性的。大众作为文化工业的创造主体和消费主体总是保持着文化上的主动地位。除了欣赏大众文化产品之外,大众还积极地改造大众文化。大众文化不断否定自己,兼收并蓄,拒斥一切保守的封闭观念,始终保持一种革命性姿态。所以说,大众文化不是反文化,大众艺术不是反艺术,大众美学不是反美学。正像费斯克所说的那样:“民众虽然不能生产自己的文化商品,但这并不意味着不可能存在有创造性的文化。……大众只能利用他们所能得到的,而他们所能得到的就是文化或其它工业的产品。大众文化的创造性不体现在商品本身的生产上,而是体现在大众对工业商品的创造性的运用。大众的艺术影视文化就是有啥用啥的艺术。对(现存)资源的创造性的有选择的运用,这就是日常生存的文化。”^⑪

这样,英国文化研究学派的代表人物费斯克通过自己的工作,就为大众文化正了名,同时也使法兰克福学派的文化批判理论凸现出自己理论方面的巨大缺陷。从文化哲学角度看,社会发展到今天,完全漠视文化平民化发展的贵族作派已无太大市场,人人都明白,文化发展的现实可能和理想前景是承认多元文化并存这一事实。各种文化各得其所,层次分明,充分满足社会各阶层的需要;各种文化互相补充,互相渗透,共同支撑着人类文化大厦。只有这样,文化的前景才会更加光明。

注释:

① see Adorno, *Resumé über Kulturindustrie*, Frankfurt, 1967, P. 60.

② 转引自周宪:《审美文化的历史形态及其变异》,《文学评论》,第101页,1995年第1期。

③④⑤⑥ 霍克海默、阿道尔诺:《启蒙辩证法》,重庆出版社1990年版,第120-121、118、132、135页。

⑦ 霍克海默、阿道尔诺:《启蒙辩证法》,第112页。译文按伦敦1979年英文版做了一定的改动。

⑧ 赵一凡:《美国文化批判集》,生活·读书·新知三联书店1994年版,第220-221页。

⑨ 徐贲:《走向后现代与后殖民》,中国社会科学出版社1996年版,第257页。

⑩ John Fiske, *Understanding Popular Culture*, Boston, 1989, P. 27-28.

责任编辑:林军