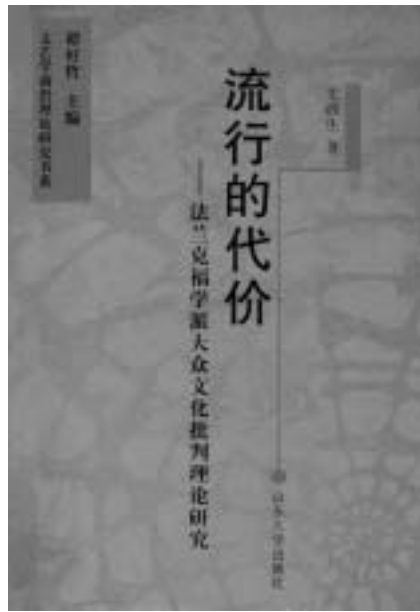


大眾文化：大眾的文化？

● 楊東籬



近年，大眾文化逐漸走進了中國當代文化生活的中心。目前，國內學界已經有少數有識之士開始重新着手研究大眾文化對社會的負面影響，如尤戰生的《流行的代價》就是一部具有代表性的論著。

尤戰生：《流行的代價——法蘭克福學派大眾文化批判理論研究》（濟南：山東大學出版社，2006）。

隨着大眾文化消費的蓬勃興起，大眾文化逐漸走進了中國當代文化生活的中心。如何考察、認識、評價這一新興的文化現象，一直是當前中國學界特別關注的焦點問題。大眾文化現身伊始，其花哨的形式、膚淺的內容、世俗的觀念，令固守精英文化意識的學者們異常反感，早期學界對大眾文化幾乎是眾口一辭地批判否定。

後來，隨着大眾文化的發展漸成規模，其社會價值也日益顯露，

學界對它的態度也開始發生了轉變。學者們漸漸發現，大眾文化並不是洪水猛獸，它對社會的影響也有積極的一面，比如可以推動經濟的飛速發展；還可以在一定程度上拉近各個社會階層之間的距離，從而體現出某種文化意義上的平等。這樣，原來的口誅筆伐就自覺地變成了現在的褒揚肯定。

然而，這並不代表學界否定了從前對大眾文化的批判，只是由於大眾文化在中國還沒有發展到應有的成熟程度，其負面影響還沒有顯露出來，所以學界才將關注的中心暫時放到了大眾文化對社會生活的積極作用方面。不過，防患於未然還是必要的。目前，國內學界已經有少數有識之士注意到了這一點，並開始重新着手研究大眾文化對社會的負面影響。筆者認為，在這些研究中，尤戰生的《流行的代價——法蘭克福學派大眾文化批判理論研究》（以下簡稱《流行的代價》）應該算是一部具有代表性的論著。

《流行的代價》雖然沒有直接研究大眾文化本身，但它選擇的研究對象卻是以批判大眾文化而著稱於歐美學界的法蘭克福學派 (Frankfurt School)。這樣借法蘭克福學派之口來揭示和剖析大眾文化的負面作用，不乏含蓄、不乏深刻，亦不乏警示，可以說是作者匠心獨運的地方所在。當然，通過研究法蘭克福

學派來批判大眾文化並不是由《流行的代價》首創。早在1980年代中後期，就有學者借助法蘭克福學派的理論來批判和否定大眾文化。不過，那時對大眾文化的批判與否定，主要呼應了知識界在大眾文化現身伊始對精英文化意識的捍衛，還帶有一定程度的保守色彩，對法蘭克福學派的研究只是為了表明其批判大眾文化的態度，所以在內容上多顯粗略。而《流行的代價》一書面對的則是大眾文化已經大行其道的客觀現實，這時借助對法蘭克福學派的研究來揭示和剖析大眾文化的負面作用，體現得更多的還是一種與昔日不同的前瞻性意識，因此它對該學派的研究同前輩比較起來，自然更為細緻，也更深刻。

《流行的代價》將法蘭克福學派對大眾文化的理解概括為：「大眾文化非文化」和「大眾文化反大眾」。「大眾文化非文化」意味着大眾文化不是一種文化。當然，這裏所說的文化並不是寬泛意義上的文化，而是特指那種遠離物質實利、具有較高精神層次和較多意義內容的創造品。作者從政治經濟學與藝術學兩個角度分析了法蘭克福學派有關「大眾文化非文化」的說法：

首先，從政治經濟學的角度看，大眾文化具有商品性與拜物性。大眾文化誕生伊始就已經帶有商品性質了，不過，那時大眾文化產品的創作者還保持着一定程度的創作自由，作品本身也還具有一定的藝術自足性。然而，它們與傳統藝術作品的區別已經愈益明顯，開始出現了以市場為導向、以利潤為目的的傾向。這樣，一些帶有商品萌芽性質的文化產品，伴隨着現代科學技術的發展與經濟資本的積

累，終於構成了以追逐利潤為唯一目的的文化工業主體——商品。這時，大眾就將這些文化產品當作一般的商品來消費，而產品本身也就淪為了純粹的賺錢工具。因此，人們也看不到作為商品的大眾文化背後所凝結的創造性勞動，而去卑躬屈膝地崇拜它的物化形態和它作為物的商品價值，大眾文化的商品性由此引發了它的拜物性。

其次，從藝術學的角度來看，大眾文化的商業化生產方式必然導致藝術品喪失藝術性。由於大眾文化產品是一種商品，因此，有的文化產品獲得商業成功之後，基於對利益的追求，就會出現大量的模仿產品，進而形成大量標準化、雷同性的文化產品，而標準化、雷同性必然要導致作品喪失藝術性。當然，很多大眾文化產品並不願意表現出自己是標準化而缺乏藝術性的，為了吸引消費者自願購買它們，它們通常會呈現出千差萬別的「個性」。法蘭克福學派認為，其實，這種「個性」並不是真正的藝術個性，而是為賺取利潤而特意製作出來的「偽個性」，所以，歸根結底，大眾文化產品是缺乏藝術性的。

「大眾文化反大眾」則意味着大眾文化不是大眾的文化。作者將法蘭克福學派關於「大眾文化反大眾」的論述分析成為兩個方面：首先，大眾文化是現代資本主義社會意識形態的工具意味着大眾文化具有意識形態的性質和功能，並表現為大眾文化的虛假性和欺騙功能。這是說大眾文化雖然能夠提供細節的真實和物理的真實，但並不能提供大眾命運的真實情況；它還常把運氣改變命運這種偶然的事情當作普遍必然的事情來宣揚，其本質自然是虛假的，是帶有欺騙性的。

從政治經濟學的角度看，大眾文化具有商品性與拜物性，並出現了以市場為導向、以利潤為目的的傾向。從藝術學的角度來看，大眾文化的商業化生產方式必然導致藝術品喪失藝術性。

大眾文化最根本的目的就是為現存的統治秩序進行辯護。就本質而言，大眾文化是一種意識形態的文化，是單向度的和肯定性的文化；從另一個角度說，就是對人的真實本質和鮮活生命的否定。

其次，大眾文化具有受控性與說教功能。在發達資本主義社會中，大眾文化從表面上看非常自由。實際上，大眾文化作為國家意識形態的說教工具，一直牢牢地被社會政治權力和經濟強權所掌握。只不過大眾文化的說教更加隱晦，它將社會需要的思想規則隱含在一些模式化的主體或陳腐性的故事情節中，借助現代科技媒介向社會廣泛傳播，以達到說教的目的。在大眾文化不斷地強制欺騙和說教下，大眾的思維就被慢慢馴化了。這就是大眾文化的強制性和馴化功能。

作者指出，在法蘭克福學派看來，大眾文化通過欺騙，使大眾無法認清社會的真相和自身的命運；通過說教不斷向大眾灌輸順從社會的思想；通過馴化大眾的思維使他們習慣於認同，而喪失批判反思的意志。這三個方面歸結起來可以得出結論：大眾文化最根本的目的就是為現存的統治秩序進行辯護。因而，就本質而言，大眾文化是一種意識形態的文化，是單向度的和肯定性的文化；從另一個角度說，就是對人的真實本質和鮮活生命的否定。這樣，大眾文化的肯定性與辯護功能就凸現出來了。

值得注意的是，大眾文化對人們的欺騙和控制不僅僅限於表面的謊言欺騙和道德灌輸，而且能夠深入到人的心理層面，甚至無意識層面。因此，大眾文化的反大眾必然要過渡到心理學的維度，變成一種現代資本主義社會的心理控制手段。法蘭克福學派將這種心理控制手段主要歸為四個方面：

第一，大眾文化鼓勵大眾把社會規則內化為自我的典範——超我。大眾文化通過對社會規則的反覆宣揚，使之逐漸深入大眾的心

理，並慢慢內化為他們自己的理想追求，即弗洛伊德所說的超我。這樣就實現了對個體心理、包括本能無意識的管制，以此達到控制大眾、維護社會統治的目的。

第二，大眾文化通過對個體虛假需求的滿足來削弱個體的愛欲力量。所謂虛假需求，就是資本主義社會通過大眾媒體強加給個體的、並非出自個體真實本能欲望的需求。可以說，大眾文化對個體欲望的滿足，是一種在社會允許的限度內的受控制的滿足，這樣一種滿足自覺地規定了個體滿足的範圍，進而導致了個體愛欲力量的縮減。

第三，大眾文化通過對公式和陳規的重複來加強心理控制的效果。心理控制是一個漸進的過程，它不可能在瞬間完成，也不可能單靠哪一件文化產品就能夠控制住大眾，所以大眾文化一定要反覆地、重複地對大眾進行控制。

第四，大眾文化心理控制的最終結果是使大眾的個體回歸到「幼兒狀態」，從而形成「大眾群」。

通過以上種種方法和技巧，大眾文化鼓勵大眾把強大的社會規則內化為個人的超我，這個超我時時監控和壓制本我的力量，使個人的原始生命衝動無法得到有效的滿足，人失去了對現實的反思，也對本真的自我缺乏認識，進而開始盲目地聽命於外在的社會規則，被動地接受命運的擺布。這樣，人就變成了具有依賴性和順從性的永遠長不大的兒童，社會由此造就了一大批無個性、無質性區別的標準化的大眾群體。

大眾文化不僅試圖物化社會、摒棄藝術；而且還試圖從社會生活與社會心理兩個角度來欺騙和控制大眾。從這個意義上說，大眾文化

並不是「大眾」的「文化」，實際上，它既不具有大眾性，也不具有文化性，這就是大眾文化作為流行文化所必然付出的代價。法蘭克福學派大眾文化批判理論的內容盡在於此，作者力圖揭示的大眾文化對社會生活的負面影響也盡在於此。當然，這樣來理解大眾文化雖然深刻、透徹，卻掩蓋不了某種極端、偏激的理論傾向，關於這一點，作者在書中也直言不諱。不過，無論是作者還是我們都無法否認的就是，這樣一種對大眾文化負面作用的揭示，在大眾文化大行其道的今天，確實起到了某種積極的警示作用。

隨着中國社會商業化和市場化進程的加速，大眾文化在中國的發展可以說是高速前行，日新月異。

雖然它還沒有完全走向成熟，但很多缺點卻開始初現端倪，比如說，過度追求商業利益而忽視了對產品藝術品格的塑造；過度宣揚社會生活標準化、模式化的觀念而戕害了民眾生存的個性化色彩；過度追求擴大產品的營銷市場範圍而故意製造出虛假的生活需求，以致蒙蔽了民眾對自己真正生活需求的認知等等。在這種情況下，及早認識、理解到大眾文化對社會生活的負面影響，對中國當前大眾文化作出適度的批判，應該是抵制大眾文化消極影響、糾正大眾文化錯誤走向的一劑良方。正是在這裏，法蘭克福學派大眾文化批判理論凸顯了它的當代意義，也正是在這裏，《流行的代價》一書作出了它應有的貢獻。

大眾文化不僅試圖物化社會、摒棄藝術；還試圖從社會生活與社會心理兩個角度來欺騙和控制大眾。從這個意義上說，大眾文化既不具有大眾性，也不具有文化性，這就是大眾文化作為流行文化所必然付出的代價。

農民底層敘述的多重變奏

● 肖偉勝



侯永祿：《農民日記——一個農民的生存實錄》（北京：中國青年出版社，2006）。

隨着中國的改革開放，原有「社會主義」階層結構完全被打亂了。在「成功人士」英雄般的神話背後，一系列政治或商業權力或直接或隱蔽的運作下，原有的社會階層已被「新富人」、「白領」和處於底層的「下崗工人」，以及被現代化大潮甩在邊緣的農民階層所取代。這種社會階層結構的劇烈變動，很自然