

大众文化批判的“症候解读” 对当代中国文论重建的启示

姚文放

(刊于《中国社会科学》2015年第4期)

法兰克福学派的大众文化批判集中于1940年代，以霍克海默、阿多诺合著的《启蒙辩证法》(1947)一书为标志，其中《文化工业：作为大众欺骗的启蒙》一文进一步论述了“文化工业”的概念，其中的批判理论上接本雅明，下启马尔库塞，成为法兰克福学派的核心理论之一。然而，法兰克福学派的大众文化批判从一开始就受到质疑，被认为是夸大其词和阐释过度，以至于它一再遭到冷遇。那么，法兰克福学派大众文化批判的症候何在呢？

一、奥斯维辛之后写诗是野蛮的

“大众文化”在法兰克福学派辞典中是个负面词，对于“大众文化”的批判是法兰克福学派学术研究的一项重要内容。“奥斯维辛之后写诗是野蛮的！”阿多诺这一振聋发聩的大声疾呼表明法兰克福学派对于大众文化的态度，也透露了这一文化态度的深层原因。

法兰克福学派以美国的流行文化为直接抨击对象，这时该学派成员已流亡美国多年，对于美国社会已有相当了解，但对于美国的流行文化始终感到格格不入。他们在这一问题上所持的否定立场主要基于两点：

一是他们所秉承的欧洲传统文化与美国流行文化之间存在着巨大的落差，在德国古典歌剧、交响乐、芭蕾舞以及文学经典中养成的审美趣味，根本无法接受好莱坞电影、爵士乐、百老汇歌舞、电视肥皂剧、广播剧等大众娱乐形式，他们对于大众文化的批判往往是在欧洲古典艺术的高雅趣味与美国流行文化的通俗情趣之间发生的激烈碰撞。在讨论美国的流行文化时，他们常流露出鄙夷和不屑，

并斥之为粗野和低俗。

二是他们将大众文化批判归入反对法西斯主义的范畴。法兰克福学派逃离纳粹的铁幕后，来到传说的“自由世界”的美国，却发现这里并非乐土，市场权力和技术统治消泯了“民主”、“自由”等口号的华彩，广告暴力的强制并不亚于希特勒的宣传机器对人的精神钳制。在法兰克福学派看来，资本主义一旦从早期的自由主义走向晚期的极权主义，那就与法西斯主义只有一步之遥。资本主义在经济和政治上的极权倾向原本就胎息着法西斯主义的胚芽，而这一倾向又往往借助大众文化表现出来。以广播为例，在大众文化的诸多形式中，广播是后来居上，其优势在于，它既是市场的代言人，又是国家的喉舌，它既把所有文化产品都带入商业领域，又变成独裁者的话筒，“国家社会主义者很清楚，如果说出版印刷可以带来宗教改革，那么，无线电广播则完全可以缔造他们的事业”。^①因此，法兰克福学派认为，大众文化是极权主义的温床，同时也是极权主义的附庸，极权社会为它的成员制造了苦难，大众文化却紧随其后、亦步亦趋，其结果就是酿成一种“总体性制度”或“单向度社会”，而这正是法兰克福学派对之予以“大拒绝”的。

正是这两大心理落差，驱动法兰克福学派对于大众文化与文化工业问题重新做出考量。作为批判理论的具体运用和真正尝试，它凝定了大众文化批判的内涵。

说到“大众文化”与“文化工业”，其实这两个概念是二而一、一而二的关系，人们往往提起一个就会想起另一个，但二者又有根本区别。“文化工业”的概念最早是霍克海默提出的，而在他和阿多诺合著的《启蒙辩证法》一书中，这一概念得到了系统论述，并与“大众文化”的概念区别开来。阿多诺晚年曾对此事进行过回顾，大意是，当年将“文化工业”与“大众文化”区分开来是为了避免误解，即将其与传统的从百姓大众中自发形成并广泛流传于民间的“大众文化”混为一谈。文化工业为大众消费而制作的产品，往往是经过精心策划、巧妙算计而炮制出来的，是在标准化、格式化、通用化的运作过程抹平了个性的，而经济、技术、行政力量则是其背后推手。阿多诺表示：“这成其为可能，既是由于当代技术的发展水平，也是由于经济的和行政的集中化。”文化工业藉此自上而下地整合了它的消费者，在这里“大众绝不是首要的，而是次要的：他们是算计的对

^①霍克海默、阿道尔诺：《启蒙辩证法》，渠敬东、曹卫东译，上海：上海人民出版社，2003年，第178页。

象，是机器的附属物。顾客不是上帝，不是文化产品的主体，而是客体。”^①因此，称之为“大众文化”并不合适，需要有一个合适的名称来取而代之，在阿多诺看来，这个合适的名称就是“文化工业”。可见，“文化工业”并非传统“大众文化”的当代形式，并非当代版的“大众文化”。二者的重大区别在于：“文化工业”则是工业社会的产物、现代技术的成果，是标准化、同一性的，是一种“总体文化”、“肯定文化”或“单面文化”。而这正是法兰克福学派要大力抨击的。

二、法兰克福学派批判理论在中国

法兰克福学派的批判理论影响中国学界的时间大约在1990年代初，徐崇温主编的“国外马克思主义和社会主义研究丛书”（重庆出版社）的出版推动了这一进程，其中收入法兰克福学派的多种重要著述，由于当时国内缺乏国外马克思主义的理论资源，所以这些著述一度受到追捧。此时，中国经济正经历翻天覆地的变化，计划经济体制开始向市场经济体制转化，随之引发了当代大众文化的遍地开花，这一前所未有的巨变使得中国学界猝不及防，面临着两个方面的尴尬：一是对于市场经济背景下文化的转型缺乏心理准备，二是在应对新型的当代大众文化时缺乏理论工具。值此时势，如果说以往种种传统理论已不足以应对现实和理论的新变，那么法兰克福学派的批判理论则被视为不二的选择。法兰克福学派对于商品社会中大众文化的判断和评估几乎是中国学界唯一的思想借鉴和理论依据，于是就出现“人人争说阿多诺”、“人人争说本雅明”的热闹场面。

较早涉及于此的是陶东风和金元浦，^②他们在文中逐一引述霍克海默、阿多诺、本雅明、马尔库塞等人的著述，对于中国刚刚兴起的大众文化的欲望泛滥、文化快餐、速食主义、明星崇拜等现象进行批判。^③金元浦也引述法兰克福学派关于“文化工业”的批判理论，对于中国市场经济起来以后复制、包装、推销等文化工业的运作，对于文化工业与艺术的悖离所造成的价值危机进行批判。^④然

^①阿多诺：《文化工业再思考》，高丙中译，《文化研究》第1辑，天津：天津社会科学出版社，2000年，第198—199页。

^②同期持类似观点的还有张汝伦、潘知常、尹鸿等人，见张汝伦《论大众文化》（《复旦大学学报》1994年第3期）、潘知常《文化工业：美学面临新的挑战——当代文化工业的美学阐释之一》（《文艺评论》1994年第4期）、尹鸿《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）等。

^③陶东风：《欲望与沉沦：当代大众文化批判》，《文艺争鸣》1993年第6期。

^④金元浦：《试论当代的“文化工业”》，《文艺理论研究》1994年第2期。

而时隔不久，两位对于大众文化与文化工业的态度却发生了 180 度的翻转。金元浦转而认为：“我国文化市场的建立、发育和文化产业的发生发展具有历史必然性和现实合理性。”^①陶东风第一次明确对于法兰克福学派的大众文化批判以及国内学者对其批判话语与范式的套用和误置表示异议，并对自己曾热衷于套用法兰克福学派的理论来批判中国当代的大众文化做出“自我检讨”和“自我反省”，他还提出了“慎用西方文化批判理论”的口号。^②与之相呼应且能说明普遍情况的是相关统计数据，据“中国知网”显示，从 1988 年到 2013 年底这 25 年间，以“文化产业”为篇名的论文为 11558 篇，特别是到 21 世纪呈井喷之状，一年多达近 2000 篇。而以“文化工业”为篇名的论文从 1994 年至 2013 年底，则只有 182 篇，每年发表的论文不过 20 篇。由此可见，法兰克福学派的批判理论在当今市场经济勃兴的中国遭到了冷遇。

这一逆转与 1990 年代以来国家关于文化工作的大政方针所酝酿的重大变化有某种对应性。1992 年春邓小平南巡讲话为这一重大变化按下了启动钮，发展经济、解放生产力、建立充满生气和活力的社会主义市场经济体制，这一主旨为文化产业隆重登上中国的历史舞台拉开了大幕。随后，国家和政府先后出台了《关于加快发展第三产业的决定》、《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十个五年计划的建议》等，其中对于文化产业都给予了高度重视。应该说，上层对于文化产业的助推可谓紧锣密鼓，几乎每次中央全会都将之作为重要议题，并适时出台相应的决定和意见。而期间，文化部作为政府主管部门，在促进文化产业发展的过程中起到了牵头作用，各个地方政府与民间机构也纷纷根据各自特点制订文化产业发展战略对策并付诸实施，高等学校也积极参与其中，担当了重要的角色。

但是，在中国学界有一种情况值得注意：1990 年代中后期对于法兰克福学派批判理论为前恭后倨，但对于大众文化与文化工业则是前倨后恭。而直接搬用霍克海默、阿多诺、本雅明、马尔库塞等人的某些现成结论时，其问题在于得其皮毛而遗其骨血。对于法西斯主义进行口诛笔伐的冲动已成为法兰克福学派批判理论的有机成分，成为凝结在其大众文化与文化工业概念中的固有内核，但是在我不加鉴别和取舍的搬用中，这一点已被冲淡甚至完全被剥离了，剩下的只是法兰克福学派对于商品社会的大众文化与文化工业似乎出自本能的拒斥了。因此，移植过来的只是祛除了具体语境的空洞抽象的一般理念。

经过这番山重水复的转换，恰恰留下了一个重大的学术问题，即所谓“文化产业”与“文化工业”在使用上形成了迥然不同的两套话语系统。所谓“文化工

^①金元浦：《文化市场与文化产业的当代发展》，《社会科学战线》1995 年第 6 期。

^②陶东风：《文化批判的批判》，《天津社会科学》1997 年第 3 期。

业”，主要与法兰克福学派的批判理论有关，这包括其中的商品化、牟利、平面、复制、无个性、反艺术等特点，这是应予以抵制，也是应该进行批判的；所谓“文化产业”，主要是指与当今市场经济体制相关，与新的经济增长点、国民经济发展直接相连的。商品经济与市场经济的发展，人们生活水平的提高，都要求对于文化产业给予高度重视和大力扶持。就目前情况看，在这两个概念的使用上普遍存在着混淆甚至混乱的情况，不利于中国文化产业与经济社会的发展。这是需要注意和修正的。

三、大众文化批判的“症候解读”与中国文论重建

“文化工业”一说出自霍克海默、阿多诺的表述，最初是由德文写成，即用的是 *Kulturindustrie* 一词。然而，这一词也可译成“文化产业”。在英文中，与之可以进行对应的是 *Culture Industry* 一词，它可以译成“文化工业”和“文化产业”二义。总之，无论是德文还是英文，均无后来译成中文后存在那么明显的区别甚至相反的歧义。后来到了中国，情况就有些复杂。

没有谁可以否认晚期资本主义在经济、政治乃至文化上有垄断和极权倾向，也没有谁可以否认法西斯主义的兴起有着资本主义极权体制的背景，但是将资本主义社会条件下形成的大众文化与文化工业统统当作法西斯主义来批判，那显然有失分寸，阐释过度了。试举一例说明之：

广告变成了纯粹的艺术，戈培尔就很有预见，它把广告和艺术结合在一起：为艺术而艺术，为自己做广告，广告就是社会权力的纯粹表现。……广告和文化工业在技术上和经济上融合起来了。在这两种情况下，在任何地方我们都可以看到同样的事物，对同一个文化产品的机械重复，与宣传口号的机械重复是一模一样的。^①

这段话以广告为样本进行分析，认为在发达工业社会广告与技术、经济之间形成了一种合谋，从而达到欺世惑众的宣传效果：一是广告制作受到现代技术的

^①霍克海默、阿道尔诺：《启蒙辩证法》，渠敬东、曹卫东译，上海：上海人民出版社，2003年，第182页。

支撑和工具逻辑的支配,像工业生产一样通过流水线进行批量生产,采用综合性、计划性的生产方式,而其产品也就突出地表现出机械性、装置性和复制性。二是广告渗透着商品逻辑和市场规律,它不择手段地采取捧场、迎合、媚俗、炫惑等伎俩来推销商品,用明星形象和流行歌曲来鼓噪助阵。而通过技术和经济手段达到的宣传效果又往往借助于艺术的名义和媒体的力量而得到放大。在霍克海默、阿多诺看来,这与当年纳粹宣传部长戈培尔的行径简直如出一辙。文学亦复如此,在商品社会中,文学也被用于广告制作,而其本身却被割裂开来:“在特定的文学作品里,任何与事件无关的事物,都会被当作不清楚或形而上学的东西而被丢掉。然而,这样一来,词语,这种今天看来没有任何意义的符号,便与事物之间建立起了非常稳定的关系,以至于变成一种僵化的程式。”就是说,在广告中,文学本身的深度意义被抛弃,只是以丧失意义的语词符号与商品形成稳定的关系,这就使得原本充满生气的活物变成了僵死的程式。而这种抽象化的语词符号也成为纳粹思想的载体,“球队里的左前卫、黑衫党的党员、希特勒青年军的成员,如此等等,都不过是一些名字而已。”^①这就将商品社会的广告运作及其相关联的经济、技术、文学、艺术、媒体等统统视为法西斯主义的宣传工具和思想载体,但这一估价不仅与西方发达社会的状况不符,也与当今中国市场经济和商品社会的现状云泥殊路。法兰克福学派的以上“症候”,在后来颇受人诟病。

这里要提及阿尔都塞的“症候解读”理论。阿尔都塞在马克思的经济学著述中发现,马克思对于英国古典政治经济学采用的是一种“症候解读”,与平常的直接阅读不同,“症候解读”是一种反思性阅读,它要从阅读的文本中解读出空白、缺失来。这些文本似乎表现为沉默和失语,其实是有意无意地隐匿了自身的漏洞和不足,譬如斯密和李嘉图关于利润、地租和利息的讨论,就隐匿了其经济学说中对于“剩余价值”的遗漏和缺失,从而模糊了资本主义剥削的本质。^②而马克思正是在发现这一“症候”的基础上,在《资本论》中创建了“剩余价值”理论,深刻揭示了资本主义的剥削本质,进而建立了马克思主义的政治经济学。这就对“症候解读”作了绝妙的演示。因此“症候解读”也是一种生产性阅读,它是从以往理论的“症候”中生产出正确的答案来。

有迹象表明,法兰克福学派在激烈地批判文化工业时,对于文化工业所倚重的技术的合理性也并非视若无睹,对于文化工业潜在的批判性、对抗性和救赎功能还是有所肯定的。他们已经发现文化工业拥有技术带来的优点,文化工业的主流之中隐含着一种批判的潜力。^③另外有一情况也足够说明问题,霍克海默和阿

^①霍克海默、阿道尔诺:《启蒙辩证法》,渠敬东、曹卫东译,上海:上海人民出版社,2003年,第183页。

^②路易·阿尔都塞等:《读〈资本论〉》,李其庆等译,中央编译出版社2001年版,第99页。

^③见马丁·杰:《法兰克福学派的宗师——阿道尔诺》,胡湘译,长沙:湖南人民出版社,1988年版,第158—159页。

多诺在 1944 年《启蒙辩证法》的油印本中说过一句话，后来在出版时又删去了，那就是：“很早以前就写过一些扩展的片断，它们还有待最后的编辑。在这些片断中，我们主要探讨的是大众文化中的积极方面。”^①此事虽未见其详，但在肯定大众文化方面，他们留下的这种空白和缺环是耐人寻味的，为对其进行“症候解读”恰恰提供了可能性。

对于法兰克福学派批判理论所作的“症候解读”，使我们获得一种认识：它作为一种思想资源仍有价值和意义，但用来切割现实问题则值得深思，尤其是面对中国的问题更是如此。因为中国的情况远比想象的复杂和特殊，我们要突破以往的思想局限和理论误区，从中国问题意识出发解决中国的问题，尤其是对中国当下文化产业与大众文化的正面意义给予充分的估价。这也启发我们对中国当代文论的重建形成反思：如将国外的理论不加鉴别和选择地套用到当今中国这一变换了的“场所”，用法兰克福学派的“视野”去衡量社会主义市场经济条件下的文学实践和文学经验，那就势必陷入有学者所批评的“强制阐释”的误区。^②

中国文学理论话语的建构可资利用的资源甚多，但是，这些资源的整合又不能是无序的，必须有其规律、核心、特定模式。换言之，应该突破西方，立足于中国和当代，尤其是要立足于当下转型期的中国现实发展，而在学术上与中国当代现实发展相匹配的，则是精神层面的新格局。这一新格局大致由思维水平、价值观念和中国特色三个方面构成，它们为中国文学理论话语融汇古今中外话语资源而进行有效建构提供了必要的平台。能够跻身于这一平台且切近文学作品实际和符合学术话语规范的，则有可能加入中国文学理论话语建构的进程。

文学是一种“文本间文本”，一种“结构间结构”，一种“话语间话语”，它是依据不同文本、结构、话语之间的交互关系而确证自身。因此，文学理论的工作是“阐释”而不仅仅是“说明”。“说明”只是持纯客观的态度进行陈述显明；而“阐释”则离不开事物间错综复杂的交互关系，特别重视事物的背景和语境，它总是在精神与物质、历史与现实、人与社会之间的多重交互关系中阐发事物。文学理论对于文学作品的阐释总是“瞻前顾后”、“左顾右盼”而不是“自说自话”、“自言自语”的。进而言之，在文学理论中普遍存在着“阐释循环”的现象。这种循环转注现象是自然科学的大忌，但却是人文学科的常规。原因在于，在人文学科中任何研究都是从先入之见开始的，当然这种先入之见的形成，必须有以往的经验积累垫底，有大量的前期工作在先，否则就缺乏合理性，就不可取。因此对于文学理论来说，“阐释循环”是否具有正确性和有效性，不在全然弃绝先入

^①罗尔夫·魏格豪斯：《法兰克福学派：历史、理论及政治影响》上册，孟登迎等译，上海人民出版社，2010年，第426页。

^②张江：《强制阐释论》，《文学评论》2014年第6期。

之见，而在让合理的先入之见入主其中。而合理的先入之见的铸成，取决于丰富厚实的经验积累和学术准备，要做到这一点，还有待于长期的社会实践、审美实践和理论修养。

总之，所谓“间性”、“互性”或“交互性”作为常用话语甚至热门话语，被当今文学理论所接纳和融合，应该说它具备了跻身于中国文学理论话语建构的学术平台的基本条件。首先，这一概念显示了思维水平上的明显提升，体现了对于事物之间的交互关系的确认，在思维方式上超越了那种将事物看成静止、封闭、孤立的存在的传统观念，从形而上学的分析思维向现代辩证思维上升了。其次，这一概念倡导在事物的交互关系、双向互动、异质结构、参照系统中来看待文学，谋求文学理论的多元互补和多边对话，恰恰符合“跨越边界、填平鸿沟”的时代风尚，而这一切都通往交流、沟通、合作、会通、开放、宽松、包容、和谐等当今时代被普遍接受的价值观念。再次，这一概念能够在中国本土的文学创作和文学理论中寻得其渊源，尽管它在国外现代理论学术中得到分析和厘定，使用的是现代语词的表达方式，但其精气神终究融贯着中国文学的民族特色和民族气派。

进而言之，中国文学理论话语的建构在操作层面上还有两个具体要求，一是必须切近中国文学的创作实际和作品现象，文学理论话语说到底仍然是文学创作、文学作品的话语，只不过经过了理性的提炼和抽象而已，源与流、本与末的关系是清楚的，不言而喻，中国文学理论话语的建构也必须密切结合中国文学创作和作品的实际。二是中国文学理论话语的建构必须符合中国学术话语的通用规范，所谓“间性”、“互性”或“交互性”仍存在这样的问题，该词译自英语的前缀词 *inter*，意为“在……之间”，“互……”，它必须与某个主体词相连接才有意义，单独使用不成其为“性”。与此相关，所谓“间性”、“互性”并不符合中国人说话的习惯，更容易被学界接纳和使用的可能是“交互性”一词。佐证是王国维早在 1904 年就使用过该词，其《汗德之知识论》一文在译介康德提出的十二个悟性(知性)范畴之中就有“交互性”这一范畴。因此今天使用“文本间交互性”、“主体间交互性”、“话语间交互性”、“文化间交互性”等说法应是情理中的事儿。这足以证明，对于中国学术话语的通用规范表示尊重，也是中国文学理论话语的建构的一个要义。