

# 大众文化影响下的文学生产和文学消费

祁涟瑞

山东大学文学院

**摘要：**随着现代科技的发展和市场经济的繁荣，大众文化作为一种新型文化现象应运而生，成为当今人们文化生活的重要内容。大众文化以其现代性、商业性、世俗性、娱乐性、标准化等特点改变着当今社会文学生产和文学消费的面貌，对当代人们的社会生活产生了重要影响，促进了社会文化生活的多元化发展。然而，大众文化也存在着单调、平淡、庸俗、雷同等问题。本文围绕大众文化影响下的文学生产和文学消费的主题，发现了在大众文化影响下文学生产和消费的单一化、媚俗化等问题，从而提出让先进文化发挥对大众文化的导向作用、促进大众文化高质量发展的对策，以期大众文化在我国当代社会可以促进文学生产与消费的向好发展，实现我国文学市场的繁荣。

**关键词：**大众文化；文学生产；文学消费；现代化

【DOI】10.12252/j.issn.2096-627X.2023.12.061

## 一、当代大众文化概说

大众文化兴起于我国改革开放之后，在20世纪90年代后飞速发展。它伴随着现代工业的产生而觉醒，植根于市场经济的沃土而成长，以前所未有的态势迅速地渗透进人们的生活中，成了人们文化生活的重要消费内容之一。随着我国市场经济的发展和人民生活节奏的加快，人们对于大众文化的需求必然会继续增长，大众文化也将作为一种日益重要的文化现象，深刻地影响着当今社会文化生活的面貌。

走进“大众文化”，我们会发现它是有歧义的概念，不同人对于大众文化的理解不同，从而导致了大众文化在中国的文化语境里常被滥用。因此，有必要对“大众文化”的社会文化内涵进行一个简要的说明。概括说来，大众文化是指：工业化都市化以来，“以大众传播媒介（机械媒介和电子媒介）为手段，按商品市场规律<sup>1</sup>运作的，旨在使大量普通市民获得感性愉悦的文化形态”<sup>[1]</sup>。

尽管当代学者对于大众文化的定义表述并不相同，但其基本内涵和特质<sup>2</sup>并没有太大分歧。从大众文化的社会文化内涵中可以概括出大众文化的几个特点：一、大众文化是在现代工业社会的背景下产生的，是现代工业社会的文化产物；它以新型大众传播媒介为文化传播形式，以现代技术手段为文化生产形式，不同于前工业社会的文化形式，因此具有现代性。二、大众文化是在市场商品领域的新的文化现象，具有浓厚的商业色彩和功利性目的，并且要按照市场规律进行运作，因此具有商业性。三、大众文化的主要受众是现代都市大众，其基本原则是为了满足大众的审美趣味，追求感官享受和娱乐效果，因此具有世俗性和娱乐性。我们从以上三点特征可以对大众文化的内涵有一个进一步的理解，即“从

生产的角度来说，现代的大众文化是文化工业企业创造的”<sup>[2]</sup>，这些文化工业企业，如广播站、电视台、出版社等，它们以市场导向为准则、面向都市大众、依托现代技术手段进行文化产品的规模化批量化生产，其最终目的是为了满足不同大众的平均审美趣味，让大众在文化消费中得到感性的刺激和审美的愉悦。

大众文化在当代中国社会中的普遍流行对当今社会文化生活产生了深刻的影响，其中重要的一点就是它深刻改变着传统文学生产与文学消费的秩序，使文学生产和文学消费之间的互动在新时代呈现出不同的特点。大众文化首先影响文学生产，文学生产的变化拉动文学消费的转型，文学消费的转型又反过来作用于文学生产，由此形成在新的时代背景下文学生产与消费的同质性互动。由此，文学生产和文学消费在大众文化背景下的变化深刻影响着当今社会文化生活的面貌。从这个意义上说，对于大众文化对当今文学生产和文学消费影响的研究，理应引起我们的思考与重视。

## 二、大众文化影响下的文学生产与文学消费

（一）大众文化改变着文学生产，文学生产的变化拉动文学消费的转型

1. 大众文化改变着文学的生产者和生产方式，促进着消费者规模扩大的同时也导致着消费者的个体性的丧失。

在文化工业时代到来以前，文学的生产者主要是广大人民群众。他们立足于自己的真实生活，自发地、不带任何功利性目的地创造出文学，用于表现他们的生活状态和思想情感。从春秋战国时期“饥者歌其食，劳者歌其事”<sup>3</sup>的我国第一部诗歌总集《诗经》，到唐朝的现实主义诗人杜甫描写中晚唐时期的社会风貌表达自己忧国忧民的现实主义情怀，再到清代曹雪芹写《红楼梦》

反映封建王朝时期世家大族的衰落……这些流传千古的文学作品都是由劳动人民根据自己的所见所思所感写出的，是广大人民群众精神的荟萃，体现着中华民族的文化精神和文化风貌。

而大众文化是现代工业社会和市场经济的产物，现代工业社会的发展促进了文化工业企业的发展，也为大众文学的生产创造了生产者和生产条件。各类文化工业企业随着现代工业社会的发展应运而生，电视台、出版社、广播站等新型文化工业企业，是大众文化时代文学的主要生产者。文化工业企业的兴起和现代生产技术的发展，使艺术品和文化用品的批量生产和大规模复制不仅有了必要性，而且有了可能性。文学生产者在大众文化时代从广大人民群众转向了特定的文化工业企业。从人民个体的创作到企业集中统一化生产，其生产方式从个体生产转向了批量化规模化生产；从广大人民群众共同创作到单一文化工业企业生产，其生产方式从集体生产转向了狭窄的单一化生产。文学生产方式的规模化，使得文学可以面向更多消费者，促进消费者规模的扩大和文化经济效益的提高。但同时，文学生产所追求的本应该是解决人类生存的高级需求，如人的精神提升和美的建构，进而实现自身价值、发掘自身潜力，最终实现对人类的终极关怀。大众文化的生产方式却难以做到这些，大众文化的生产的规模化、标准化、批量化致使文化产品的内容和形式走向雷同和固定，呈现出单调化倾向，从而使原本丰富多彩的生活变得相同划一，最终消解人们的文化个性和创造性，导致文学消费者个体性的丧失。“文化工业中，个性之所以成为虚幻的，不仅是由于文化工业生产方式的标准化，个人只有当自己与普遍的社会完全一致时，他才能容忍个性处于虚幻的这种处境。从爵士音乐典范的即席演奏者，到为了让人们能看出自己在影片中所扮演的角色，不得不仍用鬃发遮住眼睛的演员，都表现出个性的虚假。<sup>[3]</sup>”大众文化的标准化和单一性的直接后果就是真正的艺术品所应蕴含的自由创造本质消失了，艺术品成为无个性的模仿和标准化的批量复制，消费者的个性和创造性在这种批量复制的模式下被消解。

2. 大众文化改变着文学生产的目的，促进了消费者的审美需求得到满足的同时，也导致了文学的庸俗化和文学生态失衡，使文学消费趋于媚俗无聊。

在大众文化时代，生产者进行文学生产的目的是追求文学产品的利润最大化和满足平均大众的趣味——媚俗与滥情。他们往往什么更能赚钱就生产什么，完全按照产业化方向和市场法则进行生产，其目标导向是为了

取悦大众，让大众在文学消费中感受到审美的愉悦和感性的刺激。市场化导向和迎合大众的审美方向主导着当代大众文化的发展。无论是什么形式的大众文化，他们创作的成功与否，与是否能够攫取高额利润、是否能够满足大众的感性刺激密切相关。文学生产的目的，从传统的表情达意的功能转向了满足大众的平均趣味，进而攫取高额的经济利益。

大众文化生产这种商业化、世俗化、娱乐化的目标导向，从积极方面来看，有利于满足消费者的感性刺激和审美需求。在当今生活节奏不断加快、竞争日渐激烈的现代社会中，人民大众时时刻刻面临着不同方面的问题和挑战，社会处于一种普遍焦虑的状态之中，因此迫切需要一种文化形式来缓解这种压力；同时，社会转型开始了中国的世俗化社会变迁，大众对于追求现实生活幸福的世俗欲望增强，从而为大众文化提供了良好的发育土壤。大众文化以满足平均大众审美趣味为目的，肯定人们的世俗欲望，恰好满足了文化消费者的现实诉求。在大众文化的消费中，他们的审美趣味得到满足，生活现实中的压力得以缓解。人们在大众文化下放松心情、回归自我，从而使疲惫的身心得以放松、让紧张的社会生活变得宽松。当今很多人喜欢看穿越小说，很重要的原因之一就是穿越小说可以让读者感受到审美快感。穿越小说《庆余年》里的狙击枪和《风轻尘》里的AK47，主人公只用掌握一点点现代社会有用的东西，就可以让整个世界在他面前低头。这种故事逻辑，潜移默化地影响着读者的心理，带给读者以感性刺激和审美快感。

但同时，大众文化这种追求经济效益和满足大众审美趣味的创作导向，使得文化产品的社会效益不被重视。为了促进消费规模的扩大，就必须努力满足大众的审美诉求、在思想内容上投其所好。于是很多文学生产者把文学的社会价值和人文精神置于脑后，不顾文学产品的质量，去单纯地效仿那些能够引起大众阅读兴趣、在社会上广泛流行的作品。更有甚者，会有意地创作媚俗、无聊的作品来取悦一部分审美品味低下<sup>4</sup>的消费者。这些文化垃圾形式雷同、内容相似、格调低下，却在市场规律的作用下被大规模地复制，以飞快的速度抢占市场。这样，文学市场看起来一片繁荣，实际上却是大量无聊、低俗、模式化、单一化的作品充斥着社会生活的各个角落，文学作品本该宣扬的社会理想、人生意义、民族精神等被大众文化所淡化，使消费者的审美变得媚俗无聊。人的个性、批判精神和创造力受到弱化，创造力、批判精神和现实主义精神变得萎靡，人的精神提升

和美的建构难以实现，想要获得感性刺激和娱乐消遣的愿望却进一步扩大，使得文学消费难以走上合理运行的轨道。

3. 大众文化改变着文学的生产特点，文学生产追求时效性和短暂的“一次性消费”。在短时期内有利于文学消费规模的扩大，但在长远来看可能会导致文学消费质量的下降。

大众文化是在现代工业和市场经济发展的背景下产生的一种市民文化，它要制作出满足大众感性愉悦的文化作品，往往需要通过现代媒介大规模批量地生产，在现代社会形成流行的时尚潮流，即“大众文化既要合乎时宜，又要能够产生轰动效应，尤其是当其以电影、电视等现代传媒为依托而存在和表现时，则更强化了大众文化的这种时效性特征。”<sup>[4]</sup>

它与官方主流文化和学界精英文化相区别和对应，也同社会生活中的各种民间文化、通俗文化存在内部差异。精英文化传播社会文明，歌颂公平正义。宣扬向上的人生理想、高昂的奋斗目标，追求永恒的价值美感和审美卓越性是其重要的价值追求；通俗文化植根于社会生活，其由广大人民群众的共同劳动创造而成。其在历史长河中流传演变、发展完善，因此其内容、主题和表达技巧都具有一定的稳定性。精英文化是追求持久的审美卓越性的文化、通俗文化是广大人民群众创造的具有历史延续性的文化，而大众文化是一种以商业价值和世俗审美为导向的文化，它旨在创造短暂的流行时尚，只追求主题的新奇和感性的刺激，注重短暂的流行效应，并不在乎流传的时间的恒久与否。

（二）大众文化影响文学消费，文学消费的变化反作用于文学生产，最终形成文学生产与文学消费的同一性互动。

大众文化作为一种消费文化，其最终目的是为了满足大众的平均趣味和人们的感官快乐，因此其生产时往往不会考虑到文化产品的社会效益和人文价值，从而导致许多纯娱乐性、无聊乃至低俗、烂俗的作品充斥着文学市场。在大众文化的诱导下，众多接受者不再追求人生意义和社会价值，他们沉迷于感性愉悦和感官刺激，形成了一种只求当下快感和人生虚无主义的文化心态，导致文学消费的性质朝向单纯追求感性愉悦、感官刺激和消遣娱乐发展。文学消费性质的这种转变，必然会让平庸无聊、低俗烂俗的低质量作品有了更广阔的消费市场，生产者会为了更大的经济利益去迎合市场要求，生产出更多低质量的作品，从而导致文化生产难以走上正确的轨道。由此，大众文化时代的文学生产和文学消费在恶性循环的道路上越走越远。比如盗墓题材的《鬼吹

灯》在刚出版时受到很多读者的欢迎，常常在各类图书排行榜的榜首。高额的利润、社会的欢迎促使作者很快写出了《鬼吹灯2》，出版商也积极出版发行这本书的不同印本。与此同时，各种以盗墓为题材的作品受到《鬼吹灯》的影响蜂拥而出，一时形成一种潮流。这些作品除了满足读者的感性刺激以外，再难寻找出什么文学特色、人文精神和社会价值，只是一种快餐型的文化消费。这种向实用主义、拜金主义和享乐主义低头屈服的文<sup>5</sup>化现象，证明着艺术被严重地物化，失去了自身存在的社会意义和人文价值，最终必然会导致文学生产与文学<sup>6</sup>消费形成恶性循环。

但利益的追求和以大众审美需求为导向并不意味着要抛弃文学的正面教育引导作用、社会价值、人文精神、艺术特色等，去一味迎合社会大众低质量的娱乐消遣、感性刺激需求。大众文化的流行并不能成为无聊、媚俗的低质量文学作品占据文学市场的理由。相反，我们要利用大众文化的现代性服务于当今文化生活的发展。文学生产决定文学消费，文学消费反作用于文学生产。优秀的高质量文学作品可以创造出具有较高艺术修养、审美趣味的消费者。若生产出的文学作品在满足消费者审美需求的同时，能够让消费者获得新知识、提升自身的文化水平和审美修养，那么文学消费者的审美水平就会得到提高，从而反过来进一步作用于文学生产，使文学生产者适应消费者需求创造出更多更高质量的文学作品，最终推动文学市场的发展繁荣。

### 三、结语

当前我国大众的文化水平普遍并不高，人民的审美鉴赏力依然有待提高，所以不能完全按照大众的平均审美趣味来进行文学作品的创作。文学生产者不能一味迎合大众，而要在文学作品中渗透进对于人生意义、民族精神和社会价值的思考，实现文学作品经济价值、娱乐价值以外的社会价值。当然，文学生产者也不能脱离大众，适合大众口味的优秀文学作品应当被广泛生产出来。只有这样才能让文学作品真正实现经济价值、审美价值、社会价值的统一，推动大众文化时代下文学生产与文学消费的健康发展。

### 参考文献

- [1] 陶东风，徐艳蕊：《当代中国的文化批评》[M]. 北京大学出版社，2003年版：第73页
- [2] 陶东风，徐艳蕊：《当代中国的文化批评》[M]. 北京大学出版社，2003年版：第90页
- [3] 霍克海默、阿尔多诺：《启蒙辩证法》[M]. 上海人民出版社，2020年版；第145页