

●「文化工業」專門製造娛樂貨品，流行音樂是其中的大宗產品。文化工業的現象使人不經思索泯除自我意識，它每年的營業額比波音公司賣飛機還要大。

●這個巨大文化工業的負責人，是最能幹的心理工程師，他們完全知道這一代年輕人需要什麼，也可以稱為青年「文化帝國主義」。

●林黛嫻

張繼高析論

「文化工業」

中央日報 82.10.4

音樂愛好者，以吳心柳之筆名撰寫音樂評論及文化性專欄，三十餘年來卓然成家，又於民國四十八年創辦遠東音樂社，三十年前的歐美著名音樂家、交響樂團、舞蹈團等近兩百場演出，都是遠東音樂社主辦的，真乃開風氣之先。民國六十二年創辦

「音樂與音響」月刊，六十四年主辦第一屆「臺北音響大展」，可說一直在音樂發展、成長的戰略和戰術方面，都有過前人所無的表現。

本刊特別專訪張先生從流行音樂與青少年文化的關聯談起，張先生從傳播人、文化工作者的角度，看文化問題，脈絡分明，對文化政策的展望尤其新穎獨到，以下是訪談內容。

●次文化的價值，為研究文化的學者質疑

問：美國流行音樂巨星麥可傑克森訪華演出，大家爭議的焦點很多，先請您談談減稅的問題，您贊成不贊成對麥可這項表演活動給予減稅優待？

答：麥可傑克森的表演方式，不單在臺灣起爭議，有些國家就明白表示不歡迎麥可前往表演。類似麥可這類次文化（或可稱副文化 Sub-Culture）的價值與功能一直為研究文化的學者所質疑。臺灣在這方面一直沒有明顯政策，或者說，根本沒有政策，有政策，才會對策，以「減稅」一事來說，若政策明朗，「稅」只是枝節問題。

娛樂稅是地方稅，不是中央稅，且各地方徵收方式也不同，大部分是隨票徵收，由觀眾直接負擔。我個人的意見，若減免娛樂稅，我贊成，包括麥可的演唱會。這一點，我想不須去查看外國是否有例可循，因為英、美、法、德或是日本，都不是臺灣，臺灣有臺灣的特殊的文化生態，今天能多鼓勵一般人聽聽音樂會、看看電影，總是不錯的事，少徵點稅，以目前的處境來說是好的。若是減免營業稅，基於國家稅制的整體平衡性我不贊成。營業稅是營利事業所得稅，有所得就要繳稅。我覺得這是很簡單的一件小事，

那一天，臺北市東區有罕見的激情。市立體育場湧進數萬觀眾，他們或在看臺上以望遠鏡遙望，不時也加入喊叫搖晃的行列；或在木架隔間的草皮上，尖叫、喘息、流汗甚至流淚，撼人的聲響、炫麗的舞台燈光，以及站在舞台上的表演者，都是他們瘋狂的對象。這天，數萬年輕人，為美國流行音樂巨星麥可傑克森而瘋狂。

麥可演唱會雖已過了三個星期，但自麥可這項稱為「危險之旅」的亞洲巡迴演唱會展開以來，所掀起的麥可風潮卻方興未艾。媒體報導的焦點在麥可及環繞麥可的

一切新聞，虐待兒童官司；麥可來不來；來了唱不唱；通關禮遇、玩具城清場；以及文建會的「文化藝術事業減免營業稅及娛樂稅」將麥可演唱會納入優待對象，一連串的報導使得「麥可傑克森」與「爭議」畫上等號。

麥可帶來爭議，卻也帶來一個深入探討文化生態的契機。

張繼高先生是位資深新聞工作者，在港臺都主持過重要報紙編務，中廣、中視新聞部的創始人，並擔任第一任新聞部經理，現任民生報副社長、公視籌委會常務委員。此外，張繼高先生也是

但大家吵吵嚷嚷，引起後續效應，主要癥結還在我剛才所說，政府根本不曉得如何「管理」文化、以及文化是有差異的，不是一律等同的。

問：文建會的「文化藝術事業營業稅及娛樂稅」之所以成爲眾人矚目的焦點，在於大多數的文藝團體要求嚴格審查，分清楚藝術與商業的層次吧！

答：您提到藝術，什麼是藝術呢？外行人很難置喙，舉例來說吧。李登輝先生當臺北市長時，舉辦臺北藝術季，現任立委林正杰時任市議員，氣焰高張地去質問李市長：「什麼是藝術？楊祖珺的民歌算不算藝術？」他要求將民歌演唱列入藝術季。

事實上藝術是有類別的，概乎言之，天下的事物無非藝術，關鍵在於政府機構使用納稅人的錢，那麼應該在那一種藝術上投資和贊助，就必須慎思熟慮了。

藝術可概分爲四種：一、精緻藝術：創作時有嚴格規範，即連欣賞者也要經過學習，經過思考才能理解，這種藝術在「量」的方面屬於

小眾、以「質」來論卻是金字塔的頂端，是一切藝術的上游與創作的泉源。二、民俗藝術：每個國家都有自己傳統的東西，作爲一個現代的、富裕的國家，不能不重視其延續、維護及發展自己民族藝術的生命力，中國這方面的資產很多。這兩項藝術政府給予免稅、津貼及優待，則舉凡有識之士不會反對。

另外兩項則是大眾藝術與流行藝術，這兩類佔的範圍很廣，而在自由經濟、社會開放的地方，更百分之百屬於商業活動，它們本身即有能力「使用」媒體、經理人、表演者、規模龐大，擁有廣大的市場空間，很容易製造明星，如貓王、湯姆瓊斯、披頭四等，像麥可有自己的飛機，那麼這類藝術政府沒有必要給予減稅。

因此當年的李市長應該如何回答林正杰議員問題，就很容易理解了。是的，楊祖珺的民歌是藝術，但不是政府機構必要補助的藝術。然而政府主管單位在這方面認知不透徹，只要有一兩位主其事者，很冷靜地從文化類

性、社會性格來思考這問題，就不會有那麼多爭議了。

● 流行音樂是文化工業的大宗產品

問：您能否就流行藝術的定義與發展說明一番，以便讀者更能釐清它與精緻藝術的分野。

答：流行藝術有很多種類，麥可傑克遜的流行音樂只是其一。流行音樂的發展可分爲第一階段，一九五〇年代與一九八〇年代，這是極蓬勃發展的兩個階段。很少有那個企業在過去四十年間有如此巨大的變化。

從一九五〇年到一九八〇年，流行音樂迅速擴充有幾個原因：一是戰後的繁榮，以美國爲首及其周邊國家的繁榮所促成；二是科技的進步，尤其是錄音設備的進步，是推動流行音樂的一大動力；三是廣播及電視（特別是美國的MTV）的普及，電晶體的問世就使得流行音樂無遠弗屆，從一些第三世

界國家身上可以看出，那些國家明顯地貧窮困乏，但幾乎人手一個收音機，開關一扭，流洩出的大都是美國流行音樂。臺灣的流行音樂不管是誰唱的；不管國語或廣東歌，它的本質大半是美國式的。戰後的哲學家如柏克海默、阿多諾、克朗穆其等法蘭克福學派的學者，將此現象稱爲「文化工業」。

「文化工業」專門製造娛樂貨品，流行音樂是其中的大宗產品，推波助瀾的幾股力量包括錄音、廣播、電視、報紙、雜誌，結合成一個莫大的塑造形象的力量，把這個文化工業推至極致，這個「文化工業」每年的營業額比波音公司賣飛機還要大。

「文化工業」產生一個特別現象，凡是爲廣大群眾接受的流行，必須使人不經思索會泯除自我意識，如二十年前流行迷你裙，年輕女孩不管自己腿長得好不好看，一窩蜂穿迷你裙；流行赫本頭時，每個女人都把頭髮剪短了，不管有沒有赫本的削瘦臉型和精靈大眼。流行的力量就是越簡單越好，同質

性越高越能流行，群眾盲目追求，較少人需要思考和理性。

再從社會背景來看，阿多諾說：流行文化是從整個異化的社會中異化出來的產物。包括牛仔褲、美國肥皂劇，如「朱門恩怨」這齣連續劇，男主角小傑在東京說日語、到法國說法語、到奈及利亞說英文、在香港配上廣東話，……走到世界任何一個國家，到處都播「朱門恩怨」，大眾文化的力量如此驚人，讓每個人都認同那個假相、假自我。美國在生產這類貨品是世界一流的。又如牛仔褲，以臺灣溼熱的天氣，根本不適合穿牛仔褲，但大眾文化力量所及，誰能抵抗得住牛仔褲的魅力，它使人們泯除自我，忘記或不在乎是否舒適。

流行音樂亦同。麥可傑克森的演唱會，在四萬人的露天體育場表演，它的音樂成分可說是非常少，各媒體報導很少人能說清麥可唱了些什麼歌，那些歌內容是什麼，因為麥可吸引人的不光是音樂，那是一個在文化工業形式下產生的一種合成娛樂

品。讓那些原本即認同這類產品的群眾在表演場合為之瘋狂，而它的主要目的是販賣唱片。

我前面提到八〇年代是個代表階段，因為錄音、廣播、電視的發達，八〇年美國開始有MTV，八五年起更有專屬的MTV電視台，二十四小時播流行音樂，迄今全美有綫、無綫的MTV約有三千家之多，這三千家MTV台，周而復始播放流行音樂，同時再擴散到全球各地，目的就在創造唱片銷售量。

● 麥可從演唱會 獲益不多，目的 在賣唱片

麥可從演唱會的獲益其實並不多，其目的就在背後龐大的文化工業體，販賣唱片、MTV節目。全世界的唱片市場百分之八十操縱在美國的四家大唱片公司手中，這巨大力量，我們可以稱之為盎格魯—美利堅的文化單

向流衝，(One - Way Flow) 包括比吉斯、貓王、湯米瓊斯、麥可、瑪丹娜，影響了全世界，事實上這與一個股票市場沒有兩樣。而且任何地方都無法抗拒，照單全收，包括緬甸、蘇聯等封閉的地方。

問：您提到「合成娛樂品」，不禁令人想到麥可來臺，那四、五個貨櫃車的器材，可否再補充說明那些麥可附屬品的必要性？

答：要製作像麥可那樣的產品，本就需要那麼多的原料和工具，否則一位鋼琴家，只要一部鋼琴就夠了，這也是我認為麥可的表演不是純粹藝術的原因。那些舞台、燈光、乾冰、雷射等高科技產品，確實也很迷人，如麥可不到六呎的身量，卻可以讓人在一百公尺外看他，覺得他很「大」。

這個巨大工業的負責人，是最能幹的心理工程師，(Psychy Engineering) 他們完全知道這一代年輕人需要什麼，也可以稱為青年「文化帝國主義」，他們的目標和作法，首先是使「新潮」成為流行，由龐大的

機構僱用極高明的宣傳、推廣，及市場學能手(作曲家並不重要)，一想出新點子，就想盡辦法透過媒體使之成為流行，譬如三千家MTV臺的力量就是媒介。

此外，年青人的心理也值得探究，為什麼這些文化工業的產品能使他們瘋狂呢？戰後四十年間，從冷戰到冷和，整個社會重組，不只是臺灣，世界上絕大部分地方都如此，從窮變富、從戰爭到和平，一面經濟成長，一面通貨膨脹，社會型態快速變遷，價值、倫理都在快速泯沒之中，使得年輕人和成年人一樣感覺孤獨、無助和疏離，儘管在家有父母，在校有師長、同學，但這一代年輕人比五十年前的年輕人空虛許多。

營養好、精力足卻苦悶大，只好以流行音樂的興奮逃避焦慮；用強烈的節奏來抒發反抗；以接受不需要理解的流行音樂來代替對生命的漠視和不理解；以群體鼓噪來對抗疏離。

您應該注意到，流行音樂一定有強烈節奏感，而且不需要理解，收音機一扭開，

音樂就出來了，再加上露天的萬人場地，集體濡沐感染等雷射光在強烈到一二〇〇的鼓聲中掃射，年輕人自然會血脈賁張，誰唱什麼在狂喜後已淪為次要，四十年來緊密地發展成這種表演方式。

這類表演不單音樂性低，而且藝術性浮泛，譬如麥可傑可遜，三十五歲的大男人，出入之間手上都抱個娃娃，表現一付純真模樣很少發言（製作人嚴格規定，不准自由發言），只是笑，黑皮膚染白、短頭髮留長，不女不男，是我們日常生活中很少見的形象，再透過媒體造勢，塑造出年輕人認同、崇拜的偶像。

（上）

●政府沒有文化政策，臺灣對強勢文化照單全收

問：那麼您認為今天麥可造成旋風，卻也引起社會上普遍地爭議不休，歸根究柢，在於政府沒有明確的文化政策？

答：可以說不無關係。譬如前幾年，臺灣舉辦一個「金碟獎」由新聞局主辦，想要媲美艾美獎，我個人反對辦這個獎，因為艾美獎是由美國唱片公會承辦的，但「金碟獎」卻是花納稅人的錢為唱片商作宣傳！這就是政府沒有一套文化政策，我們應該獎勵的是精緻的、民俗的藝術，這是一切藝術的泉源，掌握這兩個因子，有了紮實的基礎，才能談論其餘的。今天在世界文化主流中，臺灣是處於邊陲地帶，是弱勢的，於是對於強勢文化，除了默默接受，已毫無選擇能力，政府實在不宜再加以哄抬了。

問：您前頭所說，將流行音樂的背景、發展作了一精

闡解說，但不禁令人疑惑，在此情況下，國人應如何自處？任由強勢文化侵逼嗎？全盤西化嗎？

答：當前根本之路，是儘量吸收精緻文化，因為只有精緻文化，才能讓我們學到再生產、再創造的方法，等我們有了方法，就能復興、保存、創新與再生我們原有文化的功能。

我在這方面有幸開竅比較早，在大學時代，聽過蔣廷黻先生演講，那已是四、五十年前的事了，蔣先生說，一個民族接受外來的新文化，得經過三個階段，第一是囫圇吞棗全盤接受；第二是接受以後，學習它的新方法，再變成自己的技術；第三個階段是利用學習到技術來解決自己的問題。蔣先生以紡織工業為例，中國原本只有古老紡紗機織出來的粗布，後來從英國曼徹斯特進口織布機，英國的機器是四十吋的，所以早期中國的布很寬，很不好用，但沒有辦法。第二階段，這機器我們慢慢會用了，甚至也會做它的零件，然後可以織三尺寬的布。我們的現代紡織技術就

是這樣分三階段形成的。文化、教育、科技，亦如此。可是，我必須強調，在全盤接受的階段，必需選擇接受精緻的東西，只是接受麥可傑克森是不行的，流行音樂不能使我們作文化深耕、昇華和創造，如同發揚中國烹調技術，向麥當勞、肯德基學習是不行的。

●清潔就是紀律，有紀律之後才有效率，才精確

問：您提到，取法精緻文化是我們目前必須努力的方向，是否可以加以說明，甚至提出一些原則與步驟？

答：我只有句話，精確來自精確。我發現，任何高水準國家「一定」要求整齊清潔，因為清潔就是紀律，包括住家清潔，身體清潔、環境清潔，有紀律之後才有效率，有效率才能談精確，朱柏廬治家格言「黎明即起，灑掃庭除」，以前不懂其中深意，

現在知道了，清潔是一個人的道德、效率、紀律、精緻的根本。

再舉一例，甲午戰前，清朝海軍是亞洲一流，船大、砲大、裝甲厚，當時的水師提督是丁汝昌，有一天日本一小砲艦艦長也是後來日本的東鄉平八郎元帥，他到青島拜訪丁汝昌，參觀中國最大的軍艦——靖遠艦，返國後，他打一報告，直言清朝水師不堪一擊，兩個原因，一是水手在砲口曬衣服，二是當他扶著欄杆下船時，白手套髒了，顯示清軍毫無紀律。果然，甲午一役，艦小兵少的日本海軍，一舉擊潰了大清水師。

今日臺灣人出國觀光機會多了，眼界開了，應該可以發現，在科技、文化，世界一流的國家，沒有一個國家是不乾淨的，別看紐約、巴黎市區髒亂，那不算，那是被移民、種族反抗性族群（如嬉皮、龐克）或遊客汙染了，看看英國、德國、挪威、瑞士、荷蘭等國的鄉下，徹頭徹尾乾淨。

清潔就是紀律（包括心理

上、行為上、對文化吐納的態度，都一樣要講求清潔與紀律），然後才有效率，才能談精密，有了這些，才有可能建立屬於自己的深緻，沒有精緻的人和思考方式，決不會產生精緻文化。這就是我要說的，想想中國大陸令人失望的髒亂，想想臺灣鋁門窗的不夠嚴密，瓶塞蓋不緊，應該知道我們要怎麼做了。

臺灣經濟發展在全世界普遍不景氣以及臺灣社會的亂象中，還能維持一定水準，這與臺灣民間企業的管理系統大致還精密有關，否則那能賺進世界第一的外匯！相反的，台電半年跳機九次，就是不精密，人的不精密！

問：照您的說法，一個國家的文化水準的關鍵在乎人，請問有哪些人直接和工作運作有關係？

答：基本上有四種人參與運作：

- (一) 文化人及藝術家 (Artist, 簡寫 Ar.)
- (二) 傳播媒體及學人 (Media & Scholar, 簡寫 M/Sch.)

(三) 主管和主辦人 (Entrepreneur, 簡寫 E)

(四) 聽(觀)眾 (Audience, 簡寫 A)

這四種人是一個社會中的文化活動主角，不同的文化會有不同的交互運作，介入深淺的不同關係。像精緻文化，明顯的可以看得出來，需要上述四類人一起來經營

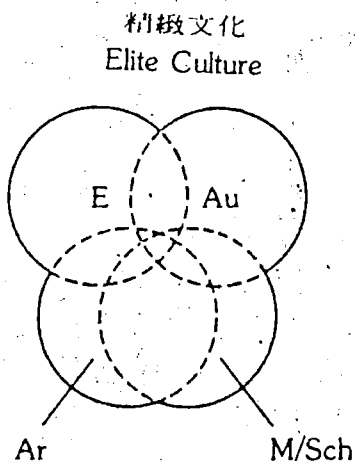
不可，缺一樣都不行，以西方古典音樂為例：第一它需要先培養聽眾 (A)，否則沒有人會「一聽就懂」，要想真正聽懂，理解，就得靠 M/Sch——傳播媒體和學者來寫文章、著書，在電台或電視上製作節目，加以講解、介紹或評論，這樣，才會養成具有較高較深欣賞能力的聽眾，等聽眾比例上增多了，這種藝術才有可能生根，生了根，才有可能以此來發展我們自己的音樂。這個道理，和前面我講述的蔣廷黻先生的「三階段說」是一樣的。

再下來是第三種人——文化人和藝術家 (Ar.)，他們嘔心瀝血來作曲，演奏家寒暑不休的在演練，然後表

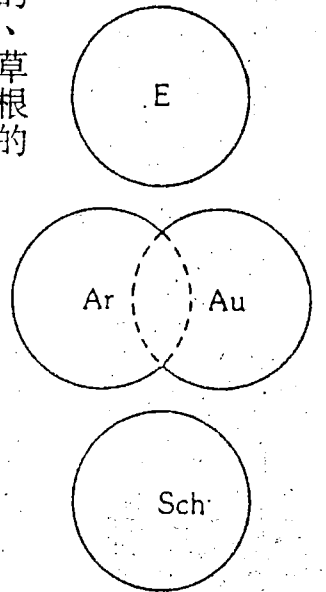
演給聽眾 (A) 來欣賞。可是這些事由誰來辦呢，那就得靠主辦人 (E) 來出錢出力了。如音樂經理人、文建會、民間基金會、有贊助意向的工商業者，都屬於 E 的範圍，這四種人合為一體，精緻文化才有凝聚成體，逐漸生根的可能。

● 四種人緊密結合，精緻文化才能逐漸生根

下面這張圖可以清楚看出相互間的關係：



民俗鄉土文化
Folk Culture



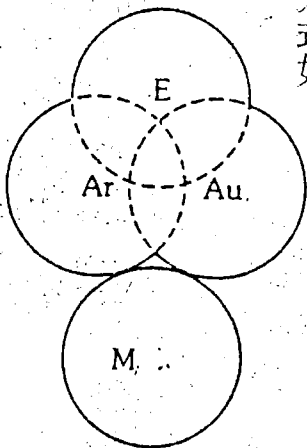
如果談到純粹的、草根的、極其鄉土的民俗文化，像早年龍山寺門口、長年在那裏吹北管的老人，沒有被許常惠帶到臺北來以前的陳達，乃至未被藝文界哄抬以前的洪通，他們的藝術都是和聽（觀）眾直接交聯的。媒體不屑一顧，或有些（少數）學人研究過他們，但關係並不密切，更沒有人去主辦他們的演出或有人資助、主辦，如右圖：

至於大眾文化和流行文化，在理論層次學者著力不多，我最近買到一本談論流行音樂價值的書：Musical The Margins—Popular Music and Global Cultural Diversity，算是深度，廣度都兼顧到一本新書（九一年版），對於美國在流行音樂方面的角色，有一「文化帝國主義假

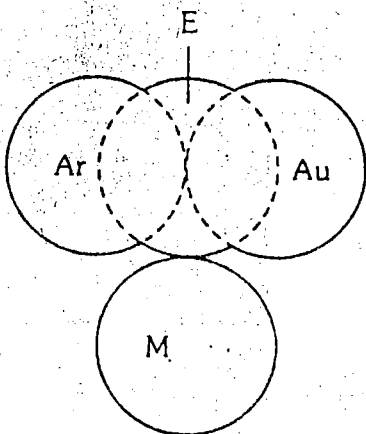
說] (Cultural Imperialism Hypothesis)

之論，因為美國擁有世界最大的唱片公司及銷售網路，最多的MTV電視台，和數以萬計的廣播電台，整天整月整年，從早到晚，扭開按下一個小鈕，就看得見在扭，聽得見在唱，日以繼夜，沒完沒了，這麼龐大的企業以其龐大的商業原動力，推向全球每一角落。這其中，沒有政府直接出錢補助，沒有文化性基金會捐款，因他們自己能夠自足並盈利，其中上述四種人的運作方式如下面兩圖：

流行文化
Popular Culture



大眾文化(次文化)
Mass Culture



● 由文化活動欲擴大規模，不是商業化，即是政府化

以上四幅圖解，只是一種約括的分析人與文化的關係，時至今日，如果想把文化活動擴大規模，不是商業化（典型如美國），就是政府化（典型如中共，蘇聯），任何文化都是上述四種人文匯一體，由政府（即□），統一操控，近年來中國大陸和蘇聯的音樂界也快被美國搖滾和港臺歌星給沖垮了。每年政府撥給音樂院音樂團體的經費，相較之於商業化的投資，簡直不成比例。何況，一位流行歌手和歌劇院首席女高音的收入，更有天

壤之別。難怪近來連帕瓦洛蒂和多名哥都開始朝流行、大眾的方向移動了。
「要錢」和「懶得去想」是流行文化的兩根支柱，這是人類的「原惡」，半世紀以前，沒有一個進步國家公然鼓勵人去「要錢」和「怠思」，就是做了也不講。今天，臺灣在「只要我願意，有什麼不可以」的歌聲中陶醉，一面是酒肉無盡；一面是搶殺賭淫不停，歸其原根：人們在觀念生活中缺少了清潔（包括心理、精神層面）與紀律，也就是缺少了精緻和精緻文化（官越大，越拒絕接受這些，因為精緻也是一票，通俗也是一票，於是毫不深思，就去卡拉OK開心去了）。

問題的嚴肅面卻是：我們的經濟、文化生命的一組頭一國家，卻都是擁有精緻與精密文化的。簡單舉個例子：操縱今天科技的四大——衛星、電腦、DNA、核能，哪一樣不在世界七強手裏？不幸的是：上好的汽車、交響樂團、巧克力、小牛肉、酒、樂器，乃至化妝品，也都控制在人家手中。

精緻文化要精緻的人（頭腦、思想方法，生活、品味）來主導，在任何國家與民族，這類人都是少數，可是他們卻是決定多數人命運的人。他們「不直接地」要錢（一味在追求財富，但決不「怠思」），常常他們三、五人的思考便決定許多人的命運和口味，有時候我想到馬克斯就生悶氣，如果他沒唸柏林大學，不研究伊壁鳩魯、不進報社、不寫剩餘價值唯物史觀和主張階級鬥爭，人類就少受塗炭六十年。有時想到莫札特也會暗笑，兩百多年來人們怎麼會一直被一個薩爾斯堡的小毛頭兒寫的曲子給迷惑呢？一直流行不衰呢？

精緻文化的「半衰期」很

長，長到有時不能察覺，因此它有定力來涵泳文化的再生。流行文化則是生生不息，日新月新——其問題在它能使窮的人一直窮下去，一息思——的人持續懶下去，除非你放棄它。一個社會斷然不可排斥精緻，那樣就全然沒希望了。

最後，我想簡單做個結論，文化不是麵包，是酒、人與酒的關係不是動物與物質的關係，其中有多少精神、多少複雜的情緒、多少精密的結合。當然喝酒不是一晚上七個人喝掉四瓶XO的喝法，若能從看著酒倒出來，而能體會其中的藝術，這就有很大的樂趣了，會喝酒，不比懂巴哈、莫內容易。然而，今天在臺灣，酒已成爲通俗的、粗糙的文化，令人不禁深深一嘆！

總之，世界上一切有形的精緻，其價值都在使人濡染其中，變得精緻，沒有了精緻階級，就不會有尖端性的創造能力，我們是該好好想了想了。

（下）