

【文学】

DOI:10.15986/j.1008-7192.2023.05.009

公共领域结构转型脉络中教育类型与教育功能的嬗变

曾仲权^{1,2}

(1. 江苏师范大学 文学院,江苏 徐州 221116;2. 华东师范大学 中文系,上海 200241)

摘要:哈贝马斯认为,在西方文明的发展中,公共领域的结构转型脉络是沿着古典型公共领域、代表型公共领域、文学公共领域、资产阶级政治公共领域、广告(消费)公共领域、公共权力领域的类型衍化和转型的。与之相对应,哈贝马斯在论述中揭橥了与不同阶段、不同类型的公共领域相匹配的具有不同教育功能的教育类型,具体而言,可以归纳为奴隶主民主教育、宫廷教育、审美教育和启蒙教育、消费教育和意识形态教育六大教育类型,他们分别与古典型公共领域、代表型公共领域、文学公共领域和资产阶级政治公共领域、广告消费公共领域、公共权力领域相对应。

关键词:文学公共领域;审美教育;启蒙教育;消费教育;意识形态教育

中图分类号:G4 **文献标识码:**A **文章编号:**1008-7192(2023)05-0075-12

截至目前,以哈贝马斯、公共领域、教育为关键词,通过知网检索得相关论文44篇,他们或者用哈贝马斯的公共领域理论分析学校教育,或者用哈贝马斯的公共领域理论、交往行为理论分析高校教育改革,或者用哈贝马斯的公共领域理论分析艺术馆、公共雕塑、艺术界话语空间,罕有对哈贝马斯《公共领域结构转型》一书中的教育思想进行专门研究的论文,除了笔者之前发表过的几篇关于哈贝马斯美育思想的论文之外,更罕见挖掘哈贝马斯《公共领域结构转型》一书的美育思想的相关论文。而以 Habermas、public space(spatial)、education 为关键词,在 web of science 数据库检索得相关论文5篇,他们或者研究哈贝马斯和黑格尔公民社会思想的异同,或者研究20世纪60年代电影《红隼》训练课堂中的公共领域问题,或者研究包括哈贝马斯在内的批判理论的教育思想,或者研究艺术博物馆中空间角色和交往行为问题,或者通过交往行为重建参与空间和团结纽带以减少社会暴力,缺乏专门研究《公共领域结构转型》中的教育问题的论文,更不

用谈挖掘阐释其中的美育思想。在哈贝马斯百科全书式的研究中,有直接论述审美教育问题的相关内容,如在《现代性哲学话语》中对席勒美育思想的阐释,也有间接触及到审美教育问题的相关内容,如《公共领域结构转型》中关于文学公共领域中文学阅读、文艺批评所起到的启蒙功能的相关论述,就具有启蒙美育的重要意义。而对于文学公共领域启蒙美育思想的挖掘,需要纳入到西方公共领域结构转型脉络中来考察,需要看到伴随着公共领域的结构转型,与不同类型公共领域相应于的教育类型、教育功能也相应地发生了嬗变。当然,这一教育概念因为公共领域类型的不同具有更为广阔的内涵,但是,文学公共领域的启蒙美育仍是其重要内容,是值得深入挖掘和阐释的。然而,国内外学术界对此问题的研究略显不足,因此。笔者撰写此文对这一重要问题进行研究。

哈贝马斯^[1]认为,在西方文明的发展中,公共领域的结构转型脉络是沿着古典型公共领域、代表型公共领域、文学公共领域、资产阶级政治公共领

收稿日期:2022-06-10

基金项目:国家社科基金项目“儒家交往行为美学思想研究”(22CZW012);上海市社科基金规划项目“哈贝马斯交往行为理论美学思想研究”(2022ZJW001);江苏省高校哲学社科基金项目“哈贝马斯公共空间理论视野下中国现当代文学公共空间的结构转型研究”(2018SJA0953);江苏师范大学教育教学研究课题项目“西方马克思主义文学理论”(JYKC202125)

作者简介:曾仲权(1987-),男,江苏师范大学文学院副教授,博士,华东师范大学中文系文艺学博士后,研究方向为文艺学、美学、文化思想、艺术学理论。Email:550156492@qq.com

域、广告(消费)公共领域、公共权力领域的类型衍化和转型的。伴随着西方公共领域的结构转型,教育类型和教育功能发生了相应地嬗变。哈贝马斯在论述中揭橥了与不同阶段、不同类型的公共领域相匹配的具有不同教育功能的教育类型,具体而言,可以归纳为奴隶主民主教育、宫廷教育、审美教育和启蒙教育、消费教育和意识形态教育六大教育类型,他们分别与古典型公共领域、代表型公共领域、文学公共领域和资产阶级政治公共领域、广告消费公共领域、公共权力领域相对应。

一、古典型公共领域的奴隶主民主教育

就古典型公共领域而言,哈贝马斯对这一公共领域的教育类型着墨不多。古典型公共领域所对应的时代是西方奴隶主民主政治时期,典型的社会形态是古希腊奴隶主民主社会。这时的教育是奴隶主的文化特权,对于广大奴隶而言只有奴役谈不上教育。由于古希腊时代公共生活丰富,奴隶主民主政治催生了公共演讲、政治辩论、哲学辩论和戏剧公演等一系列奴隶主民主政治式的公共生活。奴隶主民主政治的游戏规则要求首席执行官登上政治舞台必须参加政治辩论、进行公开的政治演讲。这就为奴隶主民主教育提出了相应的教育要求和培养目标。奴隶主民主教育力图使得奴隶主公民通过教育获得和提升理性论辩能力、修辞表达能力、公共讲演能力和戏剧表演能力,从而在公共场合能够展现自己的个性,以获取永恒的荣誉。“公民相互之间进行对谈,从而把事物表达出来,并使之形象化;彼此差不多的人通过争论,才能把最好的衬托出来,使之个性鲜明——这就是名誉的永恒性。”^{[2]4}古典型的公共领域成为了个性的展现空间,甚至古希腊哲学所弘扬的德行至善也必须在公共场合中表明自身的有效性。奴隶主“公民之间平等(homoioi)交往,但每个人都努力表现自己。亚里士多德所制定的一系列道德范畴只有在公共领域当中才能证明有效,并得到广泛承认”^{[1]57}。哈贝马斯对古希腊古典型公共领域中的公民持肯定态度,古典型公共领域所培养的公民是共和模式的公民,

“他将共和模式的公民描绘成和谐共同体的积极成员”^{[3]139-140}。

二、代表型公共领域的宫廷教育

随着西罗马帝国的覆灭,西方社会进入中世纪封建社会的漫漫长夜。相应的公共领域发生了变化,从古典型公共领域转变成成为代表型公共领域。代表型公共领域凸显封建贵族的文化特权,其所对应的教育类型是致力于培养优雅、高贵、合乎封建礼仪规范要求的宫廷教育。代表型公共领域的宫廷教育对封建贵族在宫廷生活中行为、言谈、衣着、饮食等各个方面进行严苛而繁琐的教育。“代表型公共领域的展开与个人的一些特殊标志是密切相关的:如权力象征物(徽章、武器)、生活习性(衣着、发型)、行为举止(问候形式、手势)以及修辞方式(称呼形式、大体上的正式用语)。一言以蔽之,一整套关于‘高贵’行为的严格规范。”^{[1]61-62}宫廷教育规范化西方封建宫廷生活礼仪的所有环节,这颇有一点类似于中国古代封建社会儒家经典《周礼》的教化对封建社会礼仪规范化的影响。

不过,欧洲封建社会对规范化宫廷礼仪起重要作用的宫廷教育经典是巴尔达萨雷·卡斯蒂廖内(Baldassare Castiglione,又译巴尔达萨·卡斯底格朗)的《侍臣论》(the Book of Courtier^[4]又译《廷臣论》或《宫廷人物》(意大利文为 Cortegiano))。哈贝马斯论及了这一点,他说道“在《侍臣论》(Cortegiano)(按:即巴尔达萨雷·卡斯蒂廖内(Baldassare Castiglione)撰写的《侍臣论》)的影响下,受过人文教育的宫廷侍臣代替了基督教骑士。这类侍臣大体相当于后来英国早期的绅士和法国的贵族(honnete homme)。他们生性开朗,口若悬河,善于交际,而这一切恰恰就是他们所代表的以宫廷为核心的‘上流社会’的表征。……封建君主的宫廷成了代表型公共领域的核心”^{[5]63}。巴尔达萨雷·卡斯蒂廖内(Baldassare Castiglione, 1478 - 1529)的《侍臣论》的确成为了欧洲宫廷教育的“经典教材”,通过宫廷教育,它所致力于培养的正是如英国早期绅士和法国贵族一样的封建贵族人格范型、行为范型、形象范型。通过宫廷教育他们具有宫廷礼仪交际能力,并围绕封建君主的宫廷形成了典型的代表型公共领域。“代表型公共领域当中的宫廷核心在路

易十四时期表现的最为出色的就是宫廷礼节。”^{[2]10}“因此,法国路易十四的宫廷就必然显得特别优越,成为欧洲贵族社会和文化的模式。各国的名门贵族子弟跟随着他们的家庭教师和监护人来到法国,同被认为是艺术和文化的代表的法国贵族接触,学习生活知识和言谈风度,然后从法国带回完美绅士的理想。”^{[6]260}这种完美的绅士是以巴尔达萨雷·卡斯蒂廖内笔下《侍臣论》中完美的朝臣为理想范型。卡斯蒂廖内实际上将骑士理想与人文学者结合在完美朝臣的人格理想上,身处封建贵族宫廷的完美朝臣需要熟稔上流社会宫廷贵族的交际礼仪、交际活动,擅长打猎、网球、舞蹈、游泳等交际项目,同时熟练使用各种武器,具备一定的军事才能。言谈举止要优雅、大方、恰当,衣着打扮要得体、端庄。具备学者的睿智和才学,精通拉丁文、希腊文,将文学和军事结合起来,喜好音乐与绘画。卡斯蒂廖内强调轻松(*sprezzatura*)的交际原则,将古希腊亚里士多德的美德理想和柏拉图天国之美传统融铸在完美朝臣的理想人格范型之中^{[4]lxvi-lxvii}。

事实上,卡斯蒂廖内关于完美朝臣范型设定不仅成为代表型公共领域宫廷教育的圭臬,而且成为早期人文主义教育的伏笔和萌芽。后来,资产阶级文艺复兴运动中的人文主义,就是在作为早期人文主义教育雏形的宫廷教育的基础上发展起来。所以哈贝马斯说到“人文主义的资产阶级文化:人文主义的教化世界最初是在宫廷生活中形成的。大约1400年前后,继贵族教育家之后,人文主义首先才在16世纪随着艺术哲学批评的发展而出现,其目的是要对宫廷生活自身加以改造”^{[1]63}。卡斯蒂廖内正是这种宫廷贵族教育家的典型代表。代表型公共领域的宫廷教育盛极一时,其致力于教育培养的绅士、贵族在欧洲文化中成为影响深远的理想人格范型。哈贝马斯甚至指出了他对资产阶级文艺复兴时期人文主义的深刻影响。

然而,终究,宫廷教育作为与代表型公共领域相匹配的教育类型及其所塑造的完美朝臣的理想人格范型随着社会历史的发展在代表型公共领域瓦解和文学公共领域形成的过程中逐渐成为“昨日黄花”。哈贝马斯发现歌德(Johann Wolfgang von Goethe, 1749-1832)的《威廉·麦斯特》就是对代表型公共领域和宫廷教育的一曲无尽挽歌。随着资

本主义经济的兴起和发展,作为代表型公共领域基础的封建贵族社会发生了变化。资本主义现代国家的雏形和公民社会逐渐在封建集权制国家的衰亡中分化形成。封建君主私人财产与国家公共财产逐渐分离,现代国家公共权力机关逐渐从封建集权体制中独立出来,成为与现代国家相对的,作为私人自律领域的公民社会也逐渐形成。在此社会历史发展变革中,代表型公共领域逐渐瓦解,但是,一部分人仍然眷恋代表型公共领域所呈现的生活范式、理想的人格范型。然而,这样的生活范型和理想的人格范型在新的时代发展阶段只留存在戏剧舞台上。

戏剧舞台呈现了代表型公共领域中上流贵族社会遵循宫廷礼仪的生活范式,在哈贝马斯看来,这正是威廉·麦斯特献身戏剧舞台的重要原因。在戏剧舞台上他沉醉于代表型公共领域虚幻的余晖之中。“于是,他找到了舞台,作为公共领域的替代品。这就是威廉·麦斯特献身戏剧的秘密所在:‘在舞台上有着教养的人表现出他的个人风采,就像在进入上流社会里的人一样’。虚构的贵族人物身上所潜藏的模糊的‘有教养的个性’(‘需要培养我的精神和趣味’)。”^{[1]69}在哈贝马斯看来,威廉·迈斯特事实上已经意识到代表型公共领域在现代国家和公民社会的分化形成过程中业已瓦解的现实状况,不过具有讽刺意味的是,威廉·麦斯特作为市民试图冒充封建贵族,因而只能在舞台戏剧中寻找替代性的虚幻满足形式。这可能正是威廉迈斯特略带滑稽的悲剧性之所在。“威廉·麦斯特献身戏剧注定要以失败告终。”^{[2]13-14}因为此时不仅观看戏剧的观众已经逐渐成为资产阶级公共领域中的一员,而且就戏剧舞台本身而言,它也已经被资产阶级公共领域所逐渐占据。哈贝马斯指出随着博马舍(Pierre Augustin Caron de Beaumarchais, 1732-1799)《费加罗》的公演,戏剧舞台也被资产阶级公共领域所占据。“资产阶级公共领域已经占据了剧院:博马舍(Beaumarchais)的《费加罗》已经在剧院里公演。”^{[1]69}因此,歌德的《威廉·麦斯特》在一定程度上成为了反映代表型公共领域瓦解和文学公共领域生成的文学表征,成为了反映代表型公共领域宫廷教育衰亡,资产阶级公共领域启蒙教育继起的文化症候。

三、文学公共领域和资产阶级政治公共领域的审美教育与启蒙教育

代表型公共领域的逐渐瓦解和文学公共领域形成的过程,正是文学艺术从封建贵族特权解封走向公众的过程,就公共领域所发生的现实社会场域而言,从宫廷走向了城市。城市成为了文学公共领域诞生的核心场所。在城市之中,逐渐形成的具有私人自律性的公众对原先属于宫廷文化的文学艺术进行讨论。伴随着资本主义商品经济的兴起,最初,商品经济加速了对代表型公共领域文化艺术特权的解构,并使之进入到城市公众的集体讨论中来。但是,正如前文所论,要进入作为资产阶级政治公共领域前身的文学公共领域,除了拥有一定的私有财产之外,还必须接受过包括文学艺术的审美教育在内的正规教育。教育和私有财产一样成为参与文学公共领域讨论和成为集体讨论公众的门槛标准。“教育和拥有财产成为进入公共领域的两个标准。”^{[1]16-17}“而私人作为读者、听众和观众只要拥有一定的财产和受过良好的教育就能占领讨论对象的市场。”^{[2]41-42}

在文学公共领域中,文学艺术批评活动成为了建立在一定的交往行为基础上的公众讨论活动。城市中的沙龙、咖啡馆、剧院、音乐厅,还包括报纸杂志等成为了文学艺术批评讨论的重要场域。在此过程中,“艺术批评成了交谈”^{[2]62-63}。由此,代表型公共领域的特权文化逐渐转变成文学公共领域中的讨论文化。如果说宫廷教育将文学艺术纳入到封建宫廷礼仪之中而具有规范合理性的特点,那么文学公共领域中的讨论文化则具有建基于公众交往讨论基础上凸显论证合理性的特征。通过哈贝马斯的论述可以发现,凸显论证合理性的公众讨论文化使得文学艺术批评具有文化原初的教育内涵。哈贝马斯通过从概念史角度进行语义梳理发现,文化就其原初含义而言本身就具有培养自然成长的教育内涵,从栽培植物转向了人的训练、人的培养的教育内涵,从而缔结成现在的文化一词^{[2]62-63}。如果说文化意味着人的培养的教育内涵,那么文学公共领域通过文学艺术批评所形成的公众讨论文化也就顺理成章地具有了教育内涵。

文学公共领域的文化“根本上成为一种可供讨论的文化”^{[1]98}。而文学艺术批评则是文学公共领域中典型的公众讨论文化。如果从概念史的角度来看,文化“指人类训练的过程(例如:一个‘人的培养’)”^{[1]98},具有致力于人的培养的教育属性,那么,文学公共领域中作为公众讨论文化的文学艺术批评就是一种教育形式,是与代表型公共领域特权文化的宫廷教育不同的文学公共领域公众讨论文化的启蒙教育。在文学公共领域的公众讨论文化中,公众通过包括文学艺术批评在内的公共讨论而结成讨论集体,具有私人自律性的个人一旦参与到文学公共领域的讨论中结成公众讨论集体就不再是一般意义上的公众,而是具有特定社会功能的公众。启蒙教育功能正是参与到文学公共领域公众讨论文化中的集体性公众所具有的社会功能。哈贝马斯对此说道:“所有人必须都能加入到讨论中来。公众一旦建立起由讨论伙伴组成的稳定的群体,那么,它就不再是这个公众自身,而是在任何时候要求充当其代言人,甚至完全充当其教育者。”^{[1]98-99}

进入文学公共领域参与公众讨论文化的公众耳濡目染,换个角度看,组成公众讨论文化的集体性公众对公众讨论集体中的个别性公众构成教育与被教育的关系。集体性、团体性的公众成为了作为私人的公众的教育者和代言人。那么这种集体性的公众讨论文化缘何具有这种教育功能,其内在的启蒙教育生成机理是怎样的呢?

首先,在文学公共领域的公众讨论文化中,参与讨论的公众通过对文学艺术的批评性公共讨论,提升了对文学艺术的审美鉴赏能力。这种审美鉴赏能力的提升最初表现为文学公共领域中关于文学艺术批评的业余性质的审美判断。但是,尽管业余却成了公众掌握文学艺术、提升自身审美素养的重要手段。“展览馆像音乐厅和剧院一样使得关于艺术的业余判断机制化:讨论变成了掌握艺术的手段。”^{[2]44}包括音乐厅、剧院在内的文学公共领域诞生的具体场所使得关于文学艺术业余判断日益机制化、常态化。然而,随着从业余判断性质的公众讨论所获取的文学艺术知识的与日俱增,公众已经逐渐地不再满足于这种具有业余判断性质的掌握艺术手段,于是专业化的具有审美教育功能的文学

艺术批评机制开始形成。

其次,文学公共领域关于文学艺术批评的公众讨论文化从业余判断机制走向专业批评机制,文学艺术批评所具有的审美教育功能日趋专业化。尽管在文学公共领域公众讨论文化中,由具有私人自律性的个人组成的公众,在讨论地位上是平等的,但是,公众讨论文化中的公众,并不反对具有专业文学艺术知识背景的公众意见“领袖”的出现。起初,在文学公共领域中的公众讨论文化中能够起到引领公众讨论的公众,是作为一种新兴职业而产生的,也即具有一定文学艺术专业知识背景的艺术评论员。它正是诞生在文学艺术批评从业余判断走向专业批评的组织机制化过程中。

“在艺术批评、文学、戏剧和音乐批评机制内部,已经成熟或自认为正在成熟的公众的业余判断被组织起来。与之相应的新兴职业,用时的行话来说叫作艺术评论员(kunstrichter),也随之产生。他们事实上承担着双重使命:他们既把自己看作是公众的代言人,同时又把自己当作公众的教育者。”^{[1]103}

在哈贝马斯看来,文学公共领域文学艺术专业批评者——艺术评论员在公众讨论文化中既是代言人又是公众教育者。需要注意的是,文学公共领域的民主性商谈伦理并没有被打破,艺术评论员只是在日趋专业化的批评组织机制化中起着引领作用,其实质就是一种具有启蒙特性的审美教育作用。在从事文学艺术批评的专业化艺术评论员中,又有造诣精深的文学艺术专家——文学艺术批评家。在文学公共领域逐渐兴起的时代,遐迩闻名的文学艺术批评家的代表人物即是法国启蒙运动思想家狄德罗(Denis Diderot, 1713-1784)。有趣的是,狄德罗所从事的专业化文学艺术批评,撰写的关于文学艺术的相关批评文章最初是供沙龙讨论用的。“这个代表人物就是狄德罗,自1759年起,他一直为格林的《文学通讯》杂志撰写‘沙龙报告’,以及关于学院定期展览的艺术评论;而《文学通讯》这个杂志深受德·埃皮耐(d'Épinay)夫人所组织的那个著名沙龙的影响,也主要是供沙龙内部所用。”^{[2]45}狄德罗为《文学通讯》杂志所撰写的专业化的文学艺术批评文章正是他经常参加的沙龙讨论所使用的讨论材料。由此可见,即便是专业化的文学艺术

批评也是诞生在文学公共领域的公众讨论文化中,反过来又对文学公共领域的公众进行具有审美教育特性的讨论引导。“艺术批评家的教育作用”^{[8]14},文学艺术批评家对公众审美教育式的引导能力和引领地位并不是什么特权,“公众虽然不承认特权人士,但接受专家。他们应当对公众进行教育,但是他们只能信服论据,而不能盲信更好的论据”^{[2]64}。文学艺术批评家具有审美教育特性的教育引导功能恰恰需要建立在公众交往讨论中的论证合理性基础上,论证合理性作为哈贝马斯所强调的交往理性的实质突出了公众讨论文化中运用理性进行说服、通过商谈达成一致的文化范式,替代了代表型公共领域的特权文化,从而走向了弘扬平等、民主、批判的启蒙文化。包括文学艺术在内的一切事物、一切事务的合法性、合理性都必须纳入到公共领域公众讨论的交往理性范式框架下。因此,专业化的文学艺术批评家具有说服效力的审美教育便具有启蒙教育的意义。

再次,文学公共领域公众讨论文化中关于文学艺术批评在内的具有审美教育功能的公众讨论具有启蒙功能。参与文学公共领域公众讨论文化的公众是由具有自律性的私人所组成的。私人在文学公共领域的公众讨论中所做出的关于文学艺术的审美鉴赏判断是具有个人性质的私人判断。哈贝马斯强调这种判断的自由性,是一种自由判断,在一种平等的文化氛围中,跨越公众和专家的界限壁垒,在文学公共领域公众讨论文化的最初阶段是自由的审美鉴赏判断的私人呈现。不过,哈贝马斯指出,私人具有自由性质的审美鉴赏判断意见的得出并不因此显得随意突兀,而是建基于一定的审美教育背景和审美鉴赏经验的基础之上。“原则上,任何人,只要参与公共讨论,都要购买一本书,取得音乐会或剧院里的席位,参观一次艺术展览,这样才有权利作自由判断。”^{[1]103}文学公共领域关于文学艺术的公众讨论绝不是众声喧哗的一场闹剧,而是在私人自由的审美鉴赏判断意见基础的一场秉持论证合理性的判断争论,其最终目的是奠基于交往理性基础上的判断真理的达成。判断真理是一种在私人自由性质的审美鉴赏判断争论中通过论证合理性的合法性、合理性检验、审视之后达成的判断共识。在文学公共领域中这种判断共识实关于

文学艺术的审美鉴赏判断的判断共识。判断共识对参与文学公共领域的公众讨论文化的私人而言具有真理性,是得出真理的真正判断成果。“但是由于真正的判断应当在讨论中核定,所以,真理显现为一个过程,即显现为一个启蒙的过程。”^{[1]103}因此,文学公共领域公众讨论文化中关于文学艺术具有真理性的审美鉴赏判断共识的达成是一个启蒙的过程。启蒙的意义,正奠定在审美鉴赏判断真理达成过程中具有交往理性内涵的论证合理性的运用之上。由此,在文学公共领域的公众讨论文化中,权威性消解,即便是坐拥专业文学艺术知识的文学批评家与公众的关系也不是一种不平等关系,而是交际互惠关系^{[8]14}。文学艺术批评家的引领作用也必须纳入到交往理性论证合理性的合理性、合法性证明过程中来。“批评家既影响又依赖于公众。说服力在更好地论证的基础上成功。”^{[8]14}而文学公共领域的公众通过自觉接触文学艺术批评家在文学艺术批评杂志上所撰写的文艺批评也达到了自我启蒙的效果。“通过对哲学、文学和艺术的批评领悟,公众也达到了自我启蒙的目的,甚至将自身理解为充满活力的启蒙过程。”^{[2]46}如果说文学公共领域中文学艺术批评家的文学艺术批评是一种审美教育,那么这种审美教育便是具有启蒙功能的审美交往式美育,具有审美教育和启蒙教育合二为一的特点。

但是,审美教育与启蒙教育合一的状况,在文学公共领域向着资产阶级政治公共领域的嬗变过程中逐渐发生了变化。在文学公共领域的公众讨论文化中,关于文学艺术的审美教育和启蒙教育合二为一。在资产阶级政治公共领域的公众讨论文化中审美教育淡化,启蒙教育得以延续和凸显。虽然,文学公共领域审美交往式美育逐渐落寞,但是,其最初的启蒙功能却不可抹杀。文学公共领域中,包括文学艺术批评在内的具有启蒙功能的审美交往式美育最初锻造了公众运用交往理性的论证合理性进行合法性证明的能力,“这意味着所有人都被倾听,没有人被排除在外,所有人都有平等的权力质疑他者的主张和理由,提出问题,在做出决定和得出结论时都是平等的,排除强迫,唯一起作用的权力是最具合理性论证的力量。不仅在这种以规则为主导的讨论中兑现了有效性主张,而且这些

都是民主社会的条件。”^{[3]7-8}因此,在私人的自由性质的审美鉴赏判断基础上达成判断真理为资产阶级政治公共领域中政治共识的达成提供了可资借鉴的进路,文学公共领域公众讨论文化中的文学艺术批评逐渐蜕化演变成资产阶级政治公共领域公众讨论文化中的政治批判。“杂志,首先是手抄通讯,接着是印刷的月刊和周刊成了公众的批判工具。”^{[2]46}那些文学公共领域中作为文学艺术批评工具的文学艺术报纸杂志也逐渐演变成资产阶级政治公共领域中的政治批判工具。因此,无论怎样说,审美教育与启蒙教育合一的文学公共领域为资产阶级政治公共领域的政治操演都提供文学艺术预演的模式。“对资产阶级小说和戏剧中人物的移情认同,沙龙、期刊和报纸中理性美学辩论的重要性以及艺术批评家的教育作用,都……作为政治公共领域雏形。”^{[8]14}特别是交往理性论证合理性批判话语方式的审美实践及其机制化完成了具有启蒙功能的审美交往式美育向政治启蒙教育的完美转型,“所有这些方面使关于共同关心的对象的理性-批判性话语的形式制度化,并流入政治讨论”^{[8]14}，“公共领域成为民主学习的重要教育场域”^{[3]8}。

四、广告消费公共领域的消费教育

伴随着资本主义经济的进一步深入发展,文化商品化程度进一步加剧。资本主义经济发展过程中的文化商品化现象在起初对文学公共领域乃至资产阶级政治公共领域来说起着积极的推动作用,因为它消解了代表型公共领域的特权,起到了文化普及、审美教育普及和提升的作用。“18世纪末期,正是通过这种旧式方法,受教育的公众扩展到了从事工商业的小资产阶级。”^{[1]248}资本主义经济发展初期的文化商品化使得受教育群体增加,扩大了进入资产阶级公共领域的公众数量。因为文化商品市场增强了人们获取文化商品的能力,市场通过降低价格在经济上保证了文化商品获取能力的解放功能^{[2]192}。通过大量发行袖珍书籍,学生也在获得高质量的文学作品中受到了很好的教育。那时候,报纸杂志主要是将形成公众批判讨论机制作为第一

要务,资本运转回收的经济利益考量则屈居其次。但是,伴随着资本主义经济的进一步发展,文化产品的商品化程度日益加剧。此时,文化商品市场的社会作用开始发生变化,公共领域开始发生结构转型。从包括文学公共领域和资产阶级政治公共领域在内的资产阶级公共领域逐渐转变为广告消费公共领域或者说伪文学公共领域。随着私人利益日益渗透到文化商品市场的运作中,资本主义经济的逐利动机在大众传媒的作用下渗透进私人内心领域,原先在文学公共领域中借助于日常通信进行内心交往的方式逐渐瓦解而让位于面向大众传媒吐露心扉。“基于18世纪小家庭私密领域体验语境发展起来的与公众相关的私人形式社会心理学,不但有助于解释文学公共领域的形成,同样有助于解释在特定条件下它的消亡。文学公共领域消失了,取而代之的是文化消费的伪公共领域或伪私人领域。”^{[2]187-189}作为伪文学公共领域的广告消费公共领域中的公众,不是通过阅读文学参与到公众批判讨论中来,相反,广告消费公共领域中读书人数量急剧减少,文化商品市场所形成的文化消费语境一方面使人不屑于批判,另一方面在提升人们获取文化商品能力的同时却剥夺了人们批判的能力。这种表面的悖论现象可能要联系到广告消费公共领域的特征才能够得到更好的理解。

那么,这个作为伪文学公共领域的广告消费公共领域究竟有哪些具体特征呢?其特征主要包括以下五个方面。

1. 无批判讨论,讨论变成消费

文化商品化曾经是批判的前提,但是现在却变成批判的桎梏。在资产阶级公共领域中,读者与出版物之间的关系没有僵化成单一维度,读者通过文化出版物的私人阅读与资产阶级公共领域中的其他公众进行批判讨论交流。然而,伴随文化商品化程度加剧,特别是广播、电影、电视等大众传媒制造的文化商品的兴起,文化商品的消费者与文化商品之间的互动关系让位于一种单一的消费品接受行为。大众媒介制造的文化商品节目将公众变成听众和观众,“可能剥夺言论和反驳的机会”^{[1]261}。在广告消费公共领域文化消费品的单一维度推销中,公众之间的批判讨论被剥夺,变成了消费者之间关

于消费品或文化消费品的趣味交流。大众传媒诸如电台、电视、出版物所制造的具有公开讨论性质的文化节目,也仅仅只是一种文化消费品。这种文化消费品有时也会具有伪批判的形式,然而伪批判的讨论仍然只是消费品。当批判成为消费,批判并不旨在在公共交往中运用交往理性(论证合理性)达成共识,而只是一场遵循既定游戏规则所炮制的消费品展示。在公众讨论文化中生成的资产阶级公共领域不可能从中产生出来,私人利益裹挟其中的广告消费公共领域,“理智批判就会逐渐转化为消费观念”^{[1]249}。

2. 伪公众聚集,消费大众兴起

表面上看,在广告消费公共领域中,人们聚集在具有公共性的社会环境场所的机会增多,但这并不意味着资产阶级公共领域公众讨论文化中的公众增加,相反它只是作为伪文学公共领域的广告消费公共领域的伪公众聚集。因为包括看电影、看电视、听广播的集体活动不再以私人阅读为基础。而私人阅读则是资产阶级公共领域公众讨论文化的基础。文化消费市场的深化在提升文化商品获取能力、降低阅读准入门槛的同时,却呈现出阅读公众不增反降的悖论现象。因为,此时阅读公众趋于消亡,消费大众开始兴起。原先作为资产阶级公共领域共识基础的批判性公众开始瓦解分裂,“公众分裂成没有公开批判意识的少数专家和公开接受消费的大众。于是,公众根本上丧失了其独有的交往方式”^{[2]200}。“随着文化批判的公众转变成文化消费的公众”^{[1]265},资产阶级公共领域瓦解而广告消费公共领域开始形成。

3. 不相信文字力量的读图时代到来

与文学公共领域强调文字媒介的文学讨论不同,广告消费公共领域开始兴起一种不相信文字力量的读图时代的快餐文化。读图时代首先是从伦敦周末报的黄色办报作风开始的。将连环画以黄色印刷的形式植入报纸出版中开启了读图时代最初的大门。随后,卡通、新闻图片被用来呈现新闻报道,带插图的美国家杂志开始风行。这使得广告消费公共领域无需多少文学的审美教育素养作为准入基础。在广告消费公共领域中,一种平面化、浅显化、快餐化的读图时代文化开始风生水起。人们日益地沉溺于图像世界难以自拔而早已遗忘,依赖

于文字媒介、建立在文学阅读基础之上的公众批判讨论,人们日益地沉溺于广告消费公共领域读图时代的视听快感之中纵情狂欢,间或讨论消费文化中毫无深度的视听感官刺激的快感体验和消费趣味。

4. 大众消费休闲娱乐化,新闻报道人情故事化

广告消费公共领域的消费文化也是大众文化,其旨趣就在于文化消费娱乐化。广告消费公共领域的大众消费文化鄙弃文学公共领域精英主义文化旨趣,迎合文化教育乃至审美教育水平较低的大众消费休闲娱乐的文化诉求,从而赢得市场实现私人利益的资本增值。这使得广告消费公共领域中的新闻报道人情故事化。新闻报道放弃了强调新闻真实性、严肃性的客观化尺度,转而以富有人情味故事风格叙述新闻事件。新闻报道的人情味故事化打破了事实与虚构之间的界限,进而在文体层面使得新闻文体与人情味故事化的休闲文学文体杂糅起来,从而,新闻报道放弃了自身的现实客观性向着消费娱乐化蜕变。娱乐消费化带来的严重后果是致力于唤起消费动机的无公众公共批判、无理性公共运用的大众文化娱乐狂欢。

5. 广告消费公共领域报纸杂志内容的去政治化

相较于资产阶级公共领域严苛的门槛标准,广告消费公共领域在提升文化商品获取能力的同时降低了领域的准入标准。因而,广告消费公共领域作为伪文学公共领域领域范围扩大。广告消费公共领域为着私人利益增值考虑不得不直面与政治紧密关联的报纸杂志滞销的现实状况。构成广告消费公共领域市场主体的文化消费大众所喜闻乐见的是人情味、休闲娱乐化的报纸杂志。无大众无市场,无市场无利润。私人利益对广告消费公共领域的操作使得伪文学公共领域早已失去了资产阶级公共领域那份政治热情。广告消费公共领域报纸杂志的去政治化意味具有政治批判旨趣的资产阶级公共领域的瓦解,必然导致广告消费公共领域启蒙教育的缺失。

随着资产阶级公共领域向着广告消费公共领域的结构转型,审美教育和启蒙教育在这种伪文学公共领域逐渐遁去,与广告消费公共领域相匹配的消费教育开始勃兴。广告消费公共领域的大众不再像文学公共领域和资产阶级政治公共领域中的

公众具有突出的对于理性的公共运用能力。资产阶级公共领域建基于私人主体性之上的个人判断裁决和判断真理共识的理性达成,让位于广告消费公共领域对沦落为“乌合之众”的公众的肆意引诱和完全摆布。广告消费公共领域“使公众屈从于那种持续不断的消费教育(konsumtrainings)的温和强制”^{[1]288}。

广告消费公共领域进行消费教育的手段和工具主要包括广告和大众传媒。广告是资本主义商业消费文化逐渐发展起来商品消费宣传机制。日益发达的资本主义市场经济商业消费文化到处充斥着诱惑性的广告,不论广告内容是否真实,广告消费公共领域中的广告业力求使得商品广告比现实更为真实,使消费者信以为真,甚至如鲍德里亚所说制造分不清现实与真实,比现实更为真实的超真实。由此,广告的宣传效果达成了,广告成为消费教育最重要的手段之一。而大众传媒则是广告宣传机制行之有效的实施载体和传播媒介。“然而,广告业不仅利用现有的宣传机制,而且创建了自己的报纸、杂志和小册子。”^{[1]287}早期的大众传媒主要包括报刊、杂志和小宣传手册。随着媒介技术的发展,声光电媒介技术的成熟,广播、电视、电影、互联网乃至现在的手机都成了大众传媒。当然,哈贝马斯主要论及互联网技术之前的大众传媒。广告消费公共领域的大众传媒已经不再仅仅只具有广告承载的工具意义,而是革新着广告消费公共领域的消费教育形式。依托于声光电的媒介技术所制造的广告具有刺激视听、娱乐化、魅惑性更强的新形式,它是依托文字媒介的报纸杂志、小册子所无法比拟的。“这种娱乐本身——当然不完全是由期刊提供的——以及大众传媒的节目,甚至包括其非商业性栏目,也影响着消费行为,并用特定模式来引导消费。”^{[2]227}正是以广告和大众传媒作为手段和工具,广告消费公共领域的消费教育才得以顺利展开。

与文学公共领域和资产阶级政治公共领域的审美教育和启蒙教育旨在培养具有批判意识、批判能力的公众——启蒙公众不同,广告消费公共领域中消费教育的目标则显得赤裸而庸俗。

广告消费公共领域消费教育的目标首先在于刺激文化消费,引导消费行为。广告消费公共领域

的消费教育为私人利益服务、为资本增值服务,如何刺激消费者对商品的购买欲,实现生产——消费——生产的资本主义经济循环永续循环运动成为消费教育的终极目标。消费者物质占有、生活享受、商品拜物的欲望发泄和实现的方式需要通过消费教育进行引导,通过广告实施的饥饿营销、反复营销、返利促销等都成为了影响消费、引导消费行为的具体方式。随着消费教育对消费大众影响力进一步增强,公共领域新一轮结构转型的逐渐完成,文学公共领域和资产阶级公共领域公众讨论文化中热衷于文艺批评、政治批判的公众,逐渐堕落为广告消费公共领域大众消费文化中“玩物丧志”、热衷于交流消费品看法的消费大众。“已经融入大众的这种垄断文化本身就是在引诱公众交流关于消费品的看法。”^{[2]227}毫无疑问,消费教育是大众消费文化的文化表征。大众消费文化中,消费者消费行为的实施最终意味着消费教育目标的实现,消费教育的成功。

其次,消费教育的目标在于培养职业消费者。消费教育的实施会采用消费大众所喜闻乐见的形式,前文就提到了广告消费公共领域所呈现的读图时代快餐文化、新闻报道人情味故事化等特征,这使得广告消费公共领域的大众消费文化日趋娱乐化。换言之,消费教育呈现为大众娱乐文化。在休闲娱乐狂欢中植入消费教育。“这实际上就是大众娱乐的实质;它从儿童时代就培养了消费者,而且一直伴随着成年人:如今,每个孩子的未来职业就是熟练消费者(des gelernten verbrauchers)。”^{[1]288}采用大众娱乐形式的消费教育其实质是致力于从小就培养未来熟练的职业消费者。大众娱乐,既受“僮仆欢迎”,又合“成人情趣”。资产阶级公共领域审美教育和启蒙教育所具有的符合教育本质的人文化成的社会化功能,变成了消费教育培养未来消费者的社会化机制。通过消费教育,熟练的消费者成为了所有孩子的未来职业,由此,哈贝马斯在广告消费公共领域中感受到了公共领域的危机,对广告消费公共领域持批判的态度。哈贝马斯“几乎像霍克海默和阿多诺一样,主张资产阶级公共领域的审美交往和政治模式被19世纪后期的历史和经济发展破坏了”^{[8]14-15}。

五、公共权力领域的意识形态教育

随着19世纪后期资本主义经济的进一步发展,包括文学公共领域和资产阶级政治公共领域在内的资本主义公共领域被破坏,在公共领域结构转型序列中所呈现的后续结构形态除了广告消费公共领域之外,即是公共权力领域。私人利益对资产阶级公共领域的破坏不仅表现为个人经济利益的渗透,还表现为政治权力的宰制。公共权力领域形成的重要文化表征之一,就是原先作为资产阶级公共领域典型形态的报纸杂志为政治服务,成为政治权力的传声筒。但是,有趣的是,报纸杂志自其诞生时起就是为政治服务的。作为大众传媒最初形式的报纸杂志其实是脱胎于代表型公共领域,在其诞生之初就是为维护封建王权政治服务的。代表型公共领域中的统治阶级对报纸杂志作为意识形态统治工具的效能有着深刻的自觉。“然而,新政府当局的需要更甚一筹,他们很快就用新闻媒体来维护其统治目的。他们通过这个工具发布有关命令和法规。”^{[1]79}由此,最初的报纸变成了政治报纸,这些政治报纸报道的主要内容正是代表型公共领域中王公贵族的政治生活、日常生活,包括王公贵族出游、归来、来访,王宫庆典、宴会等宫廷消息^{[2]19-20}。封建国家成为了新闻传播中最初的把关人,并制定了报纸杂志新闻报道的政治规矩和政治底线。脱胎于代表型公共领域中的“新闻媒体很快就完全被用来维护统治”^{[2]19-20}。随着代表型公共领域的瓦解,资产阶级公共领域的兴起,在一段时期内,报纸杂志成为了文学公共领域和资产阶级政治公共领域进行文艺批评和政治批判,进行审美教育和启蒙教育的场域和工具。但是,在哈贝马斯看来,好景不长,在资本主义经济进一步深化发展中,资产阶级公共领域发生了结构转型。包括报纸杂志在内的大众传媒成为了广告消费公共领域和公共权力领域实施消费诱导和政治权力控制、进行消费教育和意识形态教育的场域和工具。就公共权力领域而言,受政治权力操纵的报纸杂志为意识形态服务的政治属性相较于代表型公共领域而言有过之而无不及。

广告消费公共领域和公共权力领域都与作为

大众传媒原初典型形态的报纸杂志相关。那么在资产阶级公共领域瓦解之后,作为继起的两种公共领域结构类型,广告消费公共领域与公共权力领域到底是何关系呢?公共权力领域与广告消费公共领域的关系是比肩而立、合谋共存的关系。在资产阶级公共领域瓦解之后所形成的广告消费公共领域也为公共权力领域的政治宣传服务。广告消费公共领域的“文化消费也为经济和政治宣传服务”^{[2]202}。包括报纸杂志在内的大众传媒不仅在广告消费公共领域日益地受个人利益趋使影响个人判断,而且在公共权力领域也深刻地左右着人们的看法。换言之,建基于私人主体性的个人自主判断日趋消亡。对此,广告消费公共领域和公共权力领域都是通过依托于大众传媒的广告来实现的。二者合谋共存、相互转化,政治广告变成了消费广告,政治宣传成为了政治消费。一种依托于政治消费广告的政治推销业开始崛起。“广告是大众媒体控制的公共领域所拥有的另一功能。因此,政党及其附属组织也认识到有必要使用与广告施加的消费选择压力相似的宣传方式来影响投票选择。于是出现了政治推销业。”^{[1]319}可能,政治推销业在利用广告进行政治推销的过程中采用非政治的方式,或者政治推销者自身在政党政治中持中立立场,这都无损于公共权力领域的意识形态控制文化被赋予消费文化形态。公共权力领域利用广告消费公共领域对政治选民施加意识形态影响,“这种公共领域的目标群体是政治消费者,里斯曼称之为“新冷漠者””^{[1]319-320}。

由此,形成了公共权力领域的三大特点。

第一,批判的公共性让位于操纵的公共性。在哈贝马斯看来,随着资本主义经济的发展,商品经济借助于市场提高了文化商品获取能力,却使得不具有批判意识和批判能力的“乌合之众”涌入资产阶级公共领域。原先作为国家和社会中介的资产阶级公共领域被瓦解掉了。资产阶级公共领域的中介功能正是在现代国家和公民社会的分化形成过程中奠基于批判的公共性基础之上。公民社会中的公民具有批判意识和批判能力,要求将国家政治统治政策乃至政治统治本身等议题置于公众讨论文化中展开合法性公共批判讨论。以此,公民社会的公众对国家进行了批判性监督。然而,在公共

权力领域中,批判的公共性被排挤,公共性不再在公众讨论文化中批判展开,而是自上而下的呈现,资本主义国家政治统治通过批判的公共性在公众中进行合法性证明的状况已成为历史,公众只是被动接受公共权力领域中的资本主义国家政治规矩,批判的公共性被操纵的公共性所取代。“批判的公共性遭到操纵的公共性的排挤”^{[2]202}。

第二,启蒙的共识让位于人为的共识。如果说资产阶级公共领域公众讨论文化中通过批判讨论所达成的是启蒙的共识,那么公共权力领域借助广告消费公共领域的政治消费推销业所制造的则是人为的共识。随着公共领域的结构转型,启蒙共识随着资产阶级公共领域的瓦解也一同被瓦解掉了。因为启蒙共识的基础是为着普遍利益服务的公众舆论。公众舆论将事关普遍利益的政治话题纳入到舆论的批判考察中进行合理性、合法性批判讨论。在此基础之上,“公众舆论以及经过相互长期启蒙而最终建立的共识”^{[1]291}。但是,随着资本主义经济深入发展,私人利益开始大量入侵资产阶级公共领域,资产阶级公共领域蜕变为广告消费公共领域和公共权力领域。在公共权力领域中,私人利益通过政治消费推销把自身包装、伪装成公众普遍利益,舆论不再是公众讨论文化中所形成的公众舆论,舆论变成了伪装为普遍利益的私人利益之自我宣传,不是要借助于公众讨论文化中的公众舆论达成启蒙共识,而是通过控制舆论制造人为共识。“以假冒公共利益为名,由精心制造舆论的机构而制造出来的共识根本缺乏合理的标准。”^{[1]292}在人为共识中,“‘普遍利益’已经彻底消失了”^{[2]230}。

第三,公众舆论让位于有声望的舆论。当资产阶级公共领域向着公共权力领域结构转型,公共权力领域表现出与代表型公共领域类似的封建权威化特征,可称之为公共领域的再封建化。形成于资产阶级公共领域公众讨论文化中的公众舆论变成了公共权力领域中的有声望的舆论。有声望的舆论沾染了公共权力领域再封建化过程的特征,有声望的舆论彰显出“个人权威所展现出来的那种灵光(aura)”^{[1]299}。如果说灵光对于法兰克福学派先驱学者本雅明来说意味着与机械复制时代艺术相区别开来的传统艺术不可复制性的经典韵味,那么,哈贝马斯在此处运用灵光则表明了公共权力领域

借助于广告消费公共领域的现代政治消费宣传所取得的与封建宣传相同的权威意见效果。有声望的舆论其实质就是权威意见,它将公共权力领域变成现代宫廷。具体而言,有声望的舆论主要包括两种:意见领袖意见和公共权力机构意见。无论是意见领袖意见,还是就公共权力机构意见,他们都缺乏资产阶级公共领域公众讨论文化中的批判意识,他们的形成不需要经过具有批判公共性的公众交往讨论,他们都被现代宣传包装成舆论消费品,成为操纵意见而不是批判意见。意见领袖意见具有略过公众讨论的伪批判姿态。而公共权力机构意见则略过大众,处于大众传媒机构和公共权力机构的操纵之中^{[1]356}。至此,资产阶级公共领域中作为批判力量的公众舆论在公共领域的结构转型中完全沦为公共权力领域中作为操纵力量的有声望的舆论。

与公共权力领域相匹配的教育类型即是前面略微提到的意识形态教育。哈贝马斯在分析公共权力领域时事实上勾勒了与之相匹配的意识形态教育类型的内容。

其一,公共权力领域的意识形态政治宣传具有意识形态教育的控制和操纵作用。资产阶级公共领域向公共权力领域的结构转型导致具有批判意识的公众瓦解为“乌合之众”。但是,这些“乌合之众”在资本主义政党政治中却手持选票,成为具有政治投票资格的选民。他们不可避免地被卷进资本主义政党政治游戏中并成为资本主义政党和公共权力机构、组织所争相控制和操纵的对象。“自20世纪中叶以来,松散的选民组织越来越多地让位给真正意义上的政党——它们拥有超地区的组织,用官僚机构,致力于意识形态整合和广大人民选民群众的政治动员。”^{[1]302}资产阶级政党对选民施加影响的途径主要是通过意识形态进行政治动员。为此资产阶级政党成立了专门机构,以借助于以大众传媒为依托的现代宣传形式对大众选民进行意识形态宣传,影响大众判断和决策进而实现政治目的。“他们的目的集中在吸引那些尚未投票的选民的选票上。”^{[7]26-27}哈贝马斯强调,这种借助于大众传媒的意识形态宣传从一开始就具有意识形态教育的意义。“这个时候,类似现代宣传的东西才真正出现了,它从一开始就具有启蒙和控制、信

息和广告、教育和操纵的双重面孔”^{[2]237}。随着资产阶级公共领域的瓦解,启蒙教育和启蒙共识早已遁去,公共权力领域的意识形态宣传固然谈不上启蒙,但是意识形态宣传作为与公共领域相匹配的教育类型特性却凸显出来,它是具有控制和操纵功能的教育类型。同时具有广告消费公共领域的政治消费宣传的典型形态,在此意义上,意识形态教育又是政治消费。

其二,教育领域成为公共权力领域中资产阶级政党政治的意识形态战场。已经洞悉意识形态宣传教育功能的资产阶级政党,具有控制教育、操纵公共权力领域、影响民众政治立场的自觉意识。大众政治选票,成为资产阶级政党政治中各政党竞相猎食的对象。“对于这种政党来说,关键问题是谁控制了强制手段和教育手段,通过展示或操纵去影响民众投票活动。”^{[2]238}如果说强制手段是侧重于指国家公共权力机构乃至暴力机构,那么教育手段不仅包括意识形态宣传,而且甚至包括涉及教育本身的国民教育体系。资产阶级政党为争取大众政治选票向资本主义国民教育体系渗透,在西方政治游戏中早已不是讳莫如深的秘密。资产阶级政党将自身的意识形态理念、施政主张渗透进国民教育体系,借助于学校教育潜在地进行意识形态宣传,成为资产阶级政党影响民众投票活动所使用的教育手段的重要内涵。

其三,资本主义公共权力领域意识形态教育的宣传机制是自上而下的政治意识形态灌输机制。诚如前文所提到的,公共权力领域的舆论是有声望的舆论,有声望的舆论主要由两个部分构成:意见领袖意见和公共权力机构意见。这两种意见,作为带有灵光的权威意见,影响大众的意识形态的过程呈现为自上而下的灌输机制。而“自上而下”的要义,一方面体现在公共权力机构相对大众而言作为政治统治机构而存在,另一方面体现在意见领袖或者说有声望的舆论领袖其社会阶层和受教育程度相较于大众而言更高。“政治舆论潮流是沿着垂直方向从政治地位较高的集团逐渐向较低集团流动——‘公共事务中的舆论领袖’通常是那些比较富有,也受过良好教育的人。”^{[2]247}这与进入资产阶级公共领域的公众门槛标准:私有财产和受教育程度高,呈现出吊诡的相似性,但却有本质差别。资

产阶级公共领域的公众是平等、民主的公众批判讨论文化中的公众,而公共权力领域中的意见领袖相较于一般大众而言呈现出高高在上的不平等性,是自上而下的意见、舆论灌输者。据有一定私有财产、受教育程度较高的意见领袖意见与公共权力机构意见一起废置了资产阶级公共领域的“批判传统,并导致在社会交往和文化领域中一种手段——目的理性的弘扬”^{[8]20-21},使得在据有一定私有财产、受过良好教育进入资产阶级公共领域的公众之间的交往理性被破坏殆尽。

参 考 文 献

- [1] HABERMAS J. Strukturwandel der Öffentlichkeit: Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft[M]. Berlin: Suhrkamp Verlag, 1990.
- [2] 哈贝马斯. 公共领域的结构转型[M]. 曹卫东,等译. 上海: 学林出版社, 1999.
- [3] MURPHY M, FLEMING T. Habermas, critical theory and education[M]. New York: Routledge, 2010.
- [4] BALDESARE C, The Book of the Courtier, from the italian of count[M]. Sir Thomas Hoby, London Published by David Nutt in the strand, Edinburgh: T. and A. Constable, 1900.
- [5] 哈贝马斯. 公共领域的结构转型[M]. 曹卫东,等译. 上海: 学林出版社, 1999.
- [6] 博伊德,金. 西方教育史[M]. 任宝祥,吴元训,译. 北京:人民出版社,1986.
- [7] CALHOUN C J. Habermas and the public sphere[M]. Cambridge, Mass: MIT Press, 1992.
- [8] PIETER D. Habermas and Aesthetics-the Limits of Communicative Reason[M]. Cambridge: Polity, 2003.

Evolution of Educational Types and Educational Functions in the Context of the Structural Transformation of the Public Domain

ZENG Zhong-quan

(1. School of Chinese Language and Literature, Jiangsu Normal University, Xuzhou, 221116, China;

2. Department of Chinese Language and Literature, East China Normal University, Shanghai, 200241, China)

Abstract: Habermas believes that in the development of Western civilization, the structural transformation of the public sphere evolves and transforms in turns of the classical public sphere, the representative public sphere, the literary public sphere, the bourgeois political public sphere, the advertising (consumption) public sphere, and the public power sphere. Correspondingly, Habermas reveals in his exposition the education types with different educational functions that match diversified stages and types of the public spheres. Specifically, they can be sorted out into six types, such as slaveholder's democratic education, palace education, aesthetic education, enlightenment education, consumption education and ideological education, which can be categorized into classical public sphere, representative public sphere, literary public sphere, bourgeois political public sphere, advertising consumption public sphere, and public power sphere respectively.

Key words: literary public domain; aesthetic education; enlightenment education; consumption education; ideological education

【编辑 王思齐】