

# 音樂如何社會？從阿多諾 (Adorno) 到德諾拉 (DeNora)： 閱讀《音樂社會學導論》、 《日常生活中的音樂》\*

黃俊銘\*\*

## 摘要

本文討論兩個音樂社會學經典文本：阿多諾的《音樂社會學導論》與德諾拉的《日常生活中的音樂》。前者視音樂為社會中介，既造成順從亦能啟蒙重建；後者視音樂為「自我科技」，作為完成事物的手段。本文認為德諾拉取徑阿多諾，相信音樂形式可提供實踐及塑造意識；但人藉音樂生產能動自我，而非服從社會秩序。德諾拉被視為代表近期音樂社會學新方向，並有情感與日常生活轉向，但仍能回到阿多諾命題，唯賦予人更多實踐、能動與希望。

**關鍵詞：**中介、文化工業、日常生活、自我科技、阿多諾、音樂社會學

書名：音樂社會學導論（原書名 *Einleitung in die Musiksoziologie*）  
作者：Theodor W. Adorno  
譯者：梁豔萍、馬衛星、曹俊峰  
出版日期：2018年11月  
出版社：中央編譯出版社

書名：*Music in Everyday Life*  
作者：Tia DeNora  
出版日期：2000年4月  
出版社：Cambridge University Press

\* 本文感謝主編暨編輯、評審的寶貴建議、鼓勵與協助，使全文能更加完善。

\*\* 黃俊銘為政治大學傳播學院助理教授，E-mail: huangcm@nccu.edu.tw。

投稿日期：2019/03/28；通過日期：2019/07/03

## 壹、前言

一直以來，社會－音樂研究（socio-musical studies）即是一個曖昧的組合，其背後來自兩個極具差異性的學門與問題意識：一般來說，社會學家關心社會生活（social life），以及圍繞之社會組織、結構、人的行動與能動性；而音樂學家（musicologist）則多半聚焦音樂自身（musical self），及其背後一連串相關的形式、內容與風格問題。因此，「社會－音樂研究」即使意謂著跨域或交會，在各自學門仍有方法差異，籠統來說，前者多討論的是「社會中的音樂」（music in society），關切音樂的社會使用（social use）；後者傾向辨識音樂裡的社會（the social in music），帶著社會反映（reflection），兩個陣營都有化約對方之處：比方前者常忽略音樂特殊性、物質內容（例如聲響）及美學；後者則專注分析音樂作品，少有經驗研究的介入（Shepherd & Devine, 2015: 10）。

不過，在音樂社會學的發展上，有兩位醒目的社會學家一直致力於將上述兩取徑併用，視為「社會結構行動」與「音樂自身」密切相關：一位是二十世紀「音樂社會學」的奠基者阿多諾（Theodor W. Adorno, 1903-1969），另一位是近期被指認為代表音樂社會學「新方向」的德諾拉（Tia DeNora）（見 Shepherd & Devine, 2015: 339）。兩人路數其實接近，都有長期音樂家訓練，只是經常得到相異的社會學結論。他們重要的經典代表著作，近期陸續在華文世界問世，<sup>[1]</sup>刻畫了不同代音樂社會學的基本提問及解答路徑，一前一後，也意謂著音樂與社會理路之流變，千迴百轉，卻仍能回到阿多諾課題，但賦予人更多生活實踐、能動與希望。

## 貳、阿多諾：《音樂社會學導論》

阿多諾的《音樂社會學導論》（Adorno, 1975／梁豔萍、馬衛星與曹俊峰譯，2018）來自 1961 至 1962 年任職於法蘭克福大學所做的講座，多數曾在北德廣播電台播出，經驗色彩極濃，是上個世紀全面檢驗音樂活動極重要、具先驅性的音樂社會學文本（黃聖哲，2016）。在此之前，阿多諾已與霍克海默合寫〈文化工業：做為群眾欺騙的啟蒙〉，收錄於《啟蒙的辯證》（Horkheimer & Adorno,

1947/1972／林宏濤譯，2009），指認了文化生產的工業化與接受宰制，形成文化的標準化與閱聽順從（conformity），《音樂社會學導論》可說是他「文化工業批判」的音樂版本。阿多諾以 12 個主題講稿緊扣從「社會化個體聆聽音樂」到「音樂自身」之間的關係（Adorno, 1975／梁豔萍等譯，2018：1），將音樂與社會連結起來，是他對音樂「如何社會」的總綱領。值得一提的是，阿多諾不但處理音樂聽眾類型（第一章）、各種音樂體裁與類型（包括流行音樂〔第二章〕、歌劇〔第五章〕、室內樂〔第六章〕、指揮和管弦樂團〔第七章〕），還討論階級（第四章）、音樂生活（第八章）與公眾評論（第九章），最後以「中介」（mediation）（第十二章）來寓意音樂在社會的性質，其涵蓋音樂內容、媒介與效果、消費與接受，幾乎收納了傳播研究的關鍵提問。此外，當今諸項社會—文化研究新趨勢或典範，例如品味、美學經驗到情感轉向，讀者很容易被阿多諾文化批判式的論斷嚇阻，而無法窺透他亦迂迴繞道地處理上述項目。

首章〈音樂態度的類型〉，阿多諾已進入傳播接受課題，他將音樂聽眾分為八種類型：專家、好聽眾、文化消費者、情感性聽眾、憤世聽眾（resentment listener）、爵士專家及樂迷、娛樂性聽眾、無感或反音樂聽眾。然而，這樣的畫分並非來自消費行為類型學，而是「精神勞動與體力勞動的分裂」、<sup>[2]</sup>「高雅藝術與低俗藝術的分裂」、及「社會化有缺陷的教育」等受制於錯誤意識的社會分化結果（Adorno, 1975／梁豔萍等譯，2018：20），導致對音樂反應的自發性（spontaneity）、經驗與感受能力被遮蔽（同上引：7）；他細微觀察聽眾「期待美的旋律」、「附庸風雅」（同上引：7）、「按已消費過的公開態度為標準」（同上引：8），或者視音樂為「觸發劑」（同上引：9）、「帶著宗派情緒」（例如只聽巴赫音樂，遵從反動意識）（同上引：11）、「以爵士樂抵抗權威」（同上引：14）；或形容聆聽行為「散漫」、「非集中性」（同上引：18）、「社會下層非理性沉緬於消遣，上層卻理想化把消遣喬裝打扮為精神與文化」（同上引：16），涉及品味、資本競爭、美學、自我表演及生存策略，已涉及晚近日常生活的總批判格局（Bourdieu, 1979/1984；de Certeau & Mayol, 1998；Featherstone, 2007；Goffman, 1978；Jameson, 1991；Simmel, 1917）。阿多諾的方法是透過音樂結構自身提供的「客觀性質」，而深剖聽眾在聆聽音樂時所呈現的適應層級，就成了

一個既結合於音樂經驗又能反映社會病理的診斷（Adorno, 1975／梁豔萍等譯，2018：1-3），這對於閱聽人研究既要深描主動／能動，卻又受商品邏輯制約的雙重感受，可有所啟發。

第二章〈流行音樂〉<sup>[3]</sup>應該結合他以英語發表在《社會科學哲學研究》（*Studies in Philosophy and Social Science*）的〈論流行音樂〉（“On popular music”）（Adorno, 1941）來看：「標準化」、「偽個人化」是阿多諾貫有基調，他認為流行音樂的特徵是為了激發標準反應以便銷售，「不可超越聽眾的習慣」、「以免使他們反感」（Adorno, 1975／梁豔萍等譯，2018：35）。阿多諾對文化工業的描述或有幾分貼切，但如多數評論所議論，阿多諾的問題是將生產模式等同於消費接受，他忽略了接受涉及複雜的意義過程（Frith, 2017；Kellner, 2003；Thompson, 1995）。但他舉例，記住一首流行歌曲並反覆吟誦的聽眾，「將會轉變為歌曲理想的主體，轉變為歌曲充滿理想向之訴說之人」，「感覺自己加入粉絲的共同體」，但除了衝動，「並沒有改變他的孤獨狀態」（Adorno, 1975／梁豔萍等譯，2018：31），已深剖人的困境，其實神似 Bauman（2000）對後現代短暫、虛幻及不確定感的共同體診斷。阿多諾第四章處理〈階級與階層〉與音樂品味的關係，接近 Bourdieu（1979/1984）式的社會區分，但更尖銳地指出其反映的並非作品與社會位階的對應，而是「文化工業按階層規畫的供應情況」（Adorno, 1975／梁豔萍等譯，2018：69）。他在〈歌劇〉章裡認為歌劇消費漸與流行歌曲消費相仿，都始於文化工業的商品意圖，用以喚醒虛構的舊時情緒（同上引：97），是「拜物」及「聽覺退化」集合，可與他的單行文章〈論音樂的拜物性格與聽覺退化〉（“On the fetish character in music and the regression of listening”）（見 Adorno, 1938/1991）一起閱讀。

阿多諾第六章哀悼室內樂（chamber music）的興起與衰退，很容易讓人想起 Jürgen Habermas（1989）對於十八世紀曾短暫出現資產階級「公共領域」之論著，這可能是法蘭克福學派共享的情緒，阿多諾認為室內樂的小客廳與業餘性質、介於「私人領域」卻又「衝破它的社會空間和演奏者的小圈子」，較少鼓吹一體化（與交響樂相較），是提供藝術與遊戲，建立「競爭」與「受到限制的自我反思」（指室內樂合作，與他人協作的互動本質）的場域；同時，室內樂本質是純粹音樂的合作，少有浮誇，是深信「市場」、服從的社會的對照；

「對豪華和繁飾的抵抗」，本質即帶批判性質（Adorno, 1975／梁豔萍等譯，2018：102、105-106、112）。阿多諾談及室內樂現今淪為「為專家服務的藝術」，且無法逃避「為藝術而藝術」的指控，帶著參與式民主的理想。阿多諾在〈音樂生活〉章將批判指向嚴肅音樂，現在可能仍然適用，他相信公共音樂生活不斷重覆搬演舊作，崇拜明星與精湛技藝的天才，是專制時代繼承（同上引：144），他認為現代藝術家像「馬戲團表演」，「被不切實際神化」，且節目懷舊保守（同上引：149），乃文化商品化的後果，而大眾傳媒讓音樂聽眾益顯被動，已少有主動聆聽及親自參與音樂活動（同上引：155）。

阿多諾也看到專業樂評與「公共意見」對自主性的傷害（第九章〈公眾意見與批評〉），聽眾照公眾意見來接受音樂，「直接的音樂事實本身卻成了中介性」（Adorno, 1975／梁豔萍等譯，2018：167）。他對音樂專家作為批評家亦有憂慮，「被他們自己意圖和興趣的直接性和狹隘性所束縛」（同上引：179），適用於所有知識生產；他也認為評論家與新聞業所面臨的機構性社會控制及商業利益類同，經常要「顧及出版商和其它顯要人物的利益和態度」（同上引：176）。阿多諾最深奧難解的可能是終章第 12 章〈中介〉（mediation），他堅持音樂社會學在討論音樂的分配和接受必須處理音樂內容，「音樂本身含有客觀的社會結構要素」（同上引：236），音樂物質（musical material）從來不是天然，是歷史與社會的沉澱（sediments），作曲家創作實質是在與這些歷史沉澱之常規互動的過程（Paddison, 1993: 100）。他也認為音樂的美學課題與社會學無法分開，「美學品味與音樂結構本身的社會真理內容，本質上就互相關聯」（Adorno, 1975／梁豔萍等譯，2018：236）。Paddison（1993: 146-147）界定阿多諾透過三個連續性的辯證關係來發展他的音樂中介：藝術家與物質（artist and material）、藝術品的自律與商品價值（autonomy of works and commodity values）、個人與社會（individual and society），因此，音樂批評作為社會批判是可能的，阿多諾以「中介」來連繫音樂內部與外部社會事實，這讓他不必要面對音樂「反映」社會的指摘。我們或許可以視「音樂作為社會中介」為《音樂社會學導論》的總命題來閱讀。音樂當然不等於社會，阿多諾的發問因此是：「社會在音樂中如何顯現？」「音樂作品如何可以閱讀社會？」（Adorno, 1975／梁豔萍等譯，2018：260）

## 參、從阿多諾到德諾拉：音樂力量、意識、社會結構與材料

阿多諾的音樂社會學的重點是，音樂的形式屬性如何表現實踐模式（modes of praxis），並提供塑造意識的材料（DeNora, 2003）。他搭建了一座與認知習慣（cognitive habits）、歷史與社會的橋樑，因此在他的音樂—社會批判裡，音樂既能滋養順從（例如流行音樂），亦能啟蒙與重建（例如貝多芬）（DeNora, 2000）。阿多諾言：「音樂形式、反應形式，也是社會形式的內化（internalizations of social forms）」（Adorno, 1975／梁豔萍等譯，2018：263；Adorno, 1962/1976: 221），造成他甚關注音樂自身（music itself）及其帶來的社會效果。德諾拉從阿多諾找到音樂作為社會生活中的力量（a force in social life），與意識及社會結構的建材（building material of consciousness and social structure）之思想動力（DeNora, 2000: 2），她的《日常生活中的音樂》將音樂的形式、音型、旋律、聲響及動力（dynamics）等作為音樂的物質性（materiality），連結到社會處境（social situation），考察人們究竟怎麼在日常生活裡使用音樂。她的意思是，如果我們反對阿多諾將文化商品性質等同觀眾接受，但部分承認特定音樂材質與編織的確對人心產生「效果」，何不順循此道，縝密看待音樂究竟如何發揮社會作用，況且阿多諾的文本經常缺少經驗調查的揭露，這是經驗社會學者對他的長期不滿（DeNora, 2000: 2）。德諾拉以民族誌方法（ethnographic studies）考察 52 位中產階級女性在飛行途中、處理家務、工作途中、有氧運動、約會、社交場合、親密關係、大賣場裡的聆聽與使用音樂的情形，她捕捉了音樂如何成為行動者製造情境與生活慣例、結構時間、啟動情感、誘導社會秩序等安排社會生活的資源。她後來在 2003 年出版《阿多諾之後：重新思考音樂社會學》（*After Adorno: Rethinking Music Sociology*），也是本書的理論歸納，闡明了她在方法上如何承接阿多諾對音樂物質（musical materials）的堅持使用，並強調音樂如何引導（channel）情感，也是回應當今的「情感轉向」（affective turn）（Siciliano, 2013）

## 肆、德諾拉：《日常生活中的音樂》

在首章，德諾拉概念化音樂作為力量（forces），認為人極反思地介入到音樂的使用，社會與商業環境亦透過音樂控制人的情緒與環境形象，因此，音樂何以有「力量」，來自在社會脈絡裡的使用，是人賦予了它的社會使用。第二章批判音樂的符號學（semiotics），認為音樂的符號學分析無助於處理行動者怎麼使用音樂，她發展出一種符號力（semiotic power）來調節音樂可能具有歷史累積來的文本意涵（這方面經常來自音樂學者的堅持），與音樂被使用者所賦予的生活意義，以理解音樂的經驗是人、社會情境、與符號積累所共構，她堅持音樂與社會生活乃共同生產（co-productive）；可以說，其取徑是一種視音樂為「『人一音樂』交互作用」（human-music interaction）的生產（DeNora, 2000: 33），她認為音樂經常倒過來建構情境與使用，未往阿多諾的「控制」轉，反而更接近 Latour（2005）視物也有能動性，儘管她沒有更多著墨（DeNora, 2000: 35）。

德諾拉最膾炙人口且經常被引用，來自第三章她創造了音樂作為一種「自我科技」（technology of the self）的知識使用；但與 Michel Foucault（1988）的同名概念不同，她吸收自 Giddens（1991）、Lash & Urry（1993）所倡議的自我反思、美學反思，重建了一套有別於阿多諾「控制」格局——一種日常生活自我方案裡的音樂社會學理解：透過音樂建構自我排程（self-programming）、自我規管（self-regulation）；或編排與引導（channel）情緒、完成情緒工作（emotion work）、重建記憶並予以修補（書中提及透過接招合唱團 Take That 想到從前並修補個人傳記）、建構身分等，她記錄使用者如何能動地透過音樂構建自我，並將自我變成客體以向他人說明。例如書中的案例：「尋找音樂中的我」（finding the me in music）；「這首歌即是你」（the song is you）（DeNora, 2000: 63, 68），音樂因此是社會、也是美學的經驗感受。第四章聚焦音樂對於人體的修復功能，接近身體社會學的論述，但賦予更多身體機能、與認知相關（cognitive）及人的能動性之間的協作，也有緊密與音樂構建特定情緒相關的社會再現討論，但德諾拉極小心避免她的論述成為視音樂為「刺激物」（stimulus）（Groce, 2001），她堅稱音樂的力量是來自於使用者自己，使用者積極介入與協商如何完成社會使用。

第五、六章從個人化使用延伸至社會場景，探討音樂如何作為構建社會秩序的裝置（device of social ordering），包括情境音樂對親密關係的塑造，以及唱卡拉 OK 透過音樂的情緒表徵所帶來的性別展演；她對公共空間裡音樂的討論，不論是商場音樂的策略，或是社會場景如何透過音樂建造「個性」，都具體化了音樂的政治性格，意即：儘管音樂是日常生活的重要資源，是自我用來搭建情感、身分認同、記憶與生活策略的「科技」，但德諾拉仍然觸動了阿多諾核心對文化工業與消費社會的診斷：音樂的形式特質總是勾勒社會方向，也與控制有關。

德諾拉的「社會－音樂」研究，試圖結合阿多諾、英國文化研究及青少年次文化（如 Paul Willis），但她的社會學考察明顯更多追隨北美社會學傳統，例如象徵互動（symbolic interactionism）、俗民方法（ethnomethodology）等，以及 Giddens 的現代性與自我認同（modernity and self-identity）（見 Giddens, 1991），她與「行動者網絡理論」（actor-network theory, ANT）取向的 Antonie Hennion，都被視為二十一世紀音樂社會學「美學轉向」（aesthetic turn）的指標人物（Hanquinet & Savage, 2015），意即更關注音樂「內容」及美學經驗如何作為行動者的社會資源，而非生產觀點（production perspective）（見 Peterson & Anand, 2004）之社會學家熱切將美學範疇「還原」為社會組織、勞動分配、報酬制度；或者如同集體活動與「藝術世界」（art worlds）（見 Becker, 2008）。可以說，阿多諾從辯證法及資本主義文化工業批判來檢驗音樂的生產、分配與接受「效果」，德諾拉雖承認音樂作為物質與意識材料對於形塑行為不能迴避，但她厚描「人怎麼藉音樂與社會互動」，而可能生產「能動的自我」；她不似阿多諾的悲觀診斷，認為人極能動地透過音樂做社會編排，而非服從社會秩序。

## 伍、評價與結論

「社會－音樂研究」的困難，不在於「社會」，而在於音樂的非語言，且意義不確定，在探討人與音樂的互動過程裡，如何仍具社會學解釋力？兩人都踩進一個至今難解的知識課題：音樂的社會效果如何可能？《音樂社會學導論》的意義在於阿多諾示範了音樂如何受社



會情況 (social circumstances) 決定的方法 (Adorno, 1962/1976: 223)，以為他獨厚藝術音樂而輕鄙流行樂或爵士音樂者，將透過本書發現他對前者依然砲火猛烈，他真正反對的是文化生活愈來愈依賴資本主義文化工業所提供的生產、銷售、流通與接受模式，商品性格、工業化及大眾傳媒大量接收了文化場域，文化生產不再具有批判意識，也不再鍛練行動者，而不是反對流行音樂或大眾文化。自主性 (autonomy) 與真摯性 (authenticity) 可能是理解阿多諾文化工業批判最關鍵的判準 (黃聖哲, 2010)，那原是啟蒙的初衷，卻在追求解放的過程裡，受到文化工業宰制 (Katz, Peters, Liebes, & Orloff, 2003 / 夏春祥、唐士哲與羅世宏譯, 2013: 57-75)。如今，處於數據演算時代，資本主義、人心欲望及媒體工業的供需相互纏繞，阿多諾過去被批判甚多的「將生產等同於接受」，於當今可能比任何時代都更具解釋力，即使他仍然留下遺憾：包括他的辯證分析受限於兩分法 (dualism) (Born, 2005)；處理音樂結構與社會結構的對應也猶有未逮 (Martin, 1995)；他簡化文化工業運作，以及其音樂觀察極受限於德奧及他流亡美國的情形；此外，阿多諾不做經驗調查及菁英主義傾向，讓他的判定少了複雜的「微觀」理解。

而德諾拉則用民族誌研究告訴我們，阿多諾以音樂內容與材料連結社會結構與意識，是可能的。但她更相信音樂構成 (constitute) 人在日常生活裡的主體性與社會交往：人並非「為音樂而音樂」，人在音樂裡找尋事物的秩序，人也透過音樂完成音樂外的事物意義 (things outside music) (DeNora, 2000: 44)。不過，德諾拉的取徑有一種認知取向 (cognitive approach)，且流露音樂慶祝，較少提及音樂如何阻礙自我認同、社會交往，或處理社會不均與品味競爭 (Hesmondhalgh, 2008)，也沒有處理她的音樂對象為何皆為女性且明顯的中產階級形象 (Groce, 2001)，但她深掘尋常時刻我們怎麼「使用」音樂的經驗，為一種「日常生活轉向」，讓相關研究除了「樂迷」與「粉絲」之外，擁有更多普通人的生活實踐。

兩本音樂社會學經典著作，都值得深究，尤其兩位作者都擁有長期的古典音樂訓練背景 (阿多諾是作曲家、德諾拉大學本科雙修社會學與音樂演奏)；他們應該都用了音樂愛好者對藝術的敏銳，也許仍然相信音樂觸動了某些依稀難解關於神聖、真摯、情感之「奧秘」，他們用心揭露音樂既是社會的，也可能還是音樂的；音樂也許無法完

全以「社會」解析，反之亦然。如果阿多諾的音樂是指社會中介（socially mediated）的音樂，德諾拉則視音樂為完成事物的手段。

最後，這兩部音樂社會學經典在華文世界譯出，仍有重大意義，雖譯本都有未盡理想之處：《音樂社會學導論》是華文世界首度以德文全本譯出，並參考日譯、英譯及俄譯本（朱立元，2018：1），成果豐碩，但阿多諾論述夾雜大量哲學、社會學與音樂術語，的確難以兼顧。相較之下，《日常生活中的音樂》中譯親切易讀，「信雅達」齊備，音樂校譯大致真切，但社會學、文化研究的學術用語未能符合知識界常規，對於社會科學讀者可能感覺略有遺憾。

## 註釋

- [1] 阿多諾的《音樂社會學導論》中文譯本書籍資訊如前示，德諾拉的 *Music in Everyday Life* 中文譯本請參考楊曉琴、邢媛媛 2016 年翻譯的《日常生活中的音樂》，北京中央音樂學院出版。由於該譯本多處未能貼切社會科學用語，本文討論《日常生活中的音樂》的部分以英文原本為主。
- [2] 本文直引《音樂社會學導論》的部分多半照中文（簡體）譯本，但根據本地臺灣常用語法做微小變動，若合併參考使用 1976 年英譯本，將載明。
- [3] 本章德文名為“Leichte musik”（輕音樂），但 1976 年英語版本譯為“Popular music”（流行音樂），中譯版直譯〈輕音樂〉。雖「流行音樂」、「輕音樂」屬不同範疇，但阿多諾有時略作區別，但更多為混用（Paddison, 1993: 26），故照本文內容，建議譯為〈流行音樂〉。

## 參考書目

- 朱立元 (2018)。〈代序：阿多諾與音樂美學〉，梁豔萍、馬衛星、曹俊峰 (譯) 《音樂社會學導論》，頁 1。北京：中央編譯出版社。(原書 Adorno, T. W. [1975]. *Einleitung in die musiksoziologie*. Frankfurt, DE: Suhrkamp Verlag.)
- 林宏濤譯 (2009)。《啟蒙的辯證》。台北市：商周出版。(原書 Horkheimer, M., & Adorno, T. W. [1947/1972]. *Dialectic of enlightenment* (J. Cumming, Trans.). New York: Herder and Herder.)
- 黃聖哲 (2010)。〈文化工業理論的重建〉，《社會理論學報》，13(1)：141-160。
- 黃聖哲 (2016)。〈阿多諾的音樂社會學研究題綱〉，《臺灣社會學會通訊》，85：84-87。
- 夏春祥、唐士哲、羅世宏譯 (2013)。《傳播研究的典律文本》。台北市：五南。(原書 Katz, E., Peters, J. D., Liebes, T., & Orloff, A. (Eds.). [2003]. *Canonic texts in media research: Are there any? Should there be? How about these?* Cambridge, UK: Polity Press.)
- 梁豔萍、馬衛星、曹俊峰譯 (2018)。《音樂社會學導論》。北京：中央編譯出版社。(原書 Adorno, T. W. [1975]. *Einleitung in die musiksoziologie*. Frankfurt, DE: Suhrkamp Verlag.)
- 楊曉琴、邢媛媛譯 (2016)。《日常生活中的音樂》。北京：中央音樂學院出版社。(原書 DeNora, T. [2000]. *Music in everyday life*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.)
- Adorno, T. W. (1938/1991). On the fetish character in music and the regression of listening. In J. M. Bernstein (Ed.), *The culture industry* (pp. 26-52). London: Routledge.
- Adorno, T. W. (1941). On popular music. In J. Storey (Ed.), *Cultural theory and popular culture: A reader* (pp. 73-84). Athens, GA: University of Georgia Press.
- Adorno, T. W. (1962/1976). *Introduction to the sociology of music* (E. B. Ashton, Trans.). New York: Seabury Press.
- Bauman, Z. (2000). *Liquid modernity*. Cambridge, UK: Polity Press.
- Becker, H. S. (2008). *Art worlds: Updated and expanded*. Berkeley, CA: University of California Press.

- Born, G. (2005). On musical mediation: Ontology, technology and creativity. *Twentieth-Century Music*, 2(1), 7-36.
- Bourdieu, P. (1979/1984). *Distinction: A Social critique of the judgment of taste* (R. Nice, Trans.). Cambridge, MA: Harvard University Press.
- de Certeau, M., & Mayol, P. (1998). *The practice of everyday life: Living and cooking* (Vol. 2). Minneapolis, MN: University of Minnesota Press.
- DeNora, T. (2000). *Music in everyday life*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- DeNora, T. (2003). *After Adorno: Rethinking music sociology*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Featherstone, M. (2007). *Consumer culture and postmodernism*. London: Sage.
- Foucault, M. (1988). Technologies of the self. In L. Martin, H. Gutman, & P. Hutton (Eds.), *Technologies of the self: A seminar with Michel Foucault* (pp. 16-49). Amherst, MA: University of Massachusetts Press.
- Frith, S. (2017). *Taking popular music seriously: Selected essays*. London: Routledge.
- Giddens, A. (1991). *Modernity and self-identity: Self and society in the late modern age*. Stanford, CA: Stanford university press.
- Goffman, E. (1978). *The presentation of self in everyday life*. London: Harmondsworth.
- Groce, S. B. (2001). Reviewed work: Music in everyday life by Tia DeNora. *Contemporary Sociology*, 30(6), 591-594.
- Habermas, J. (1989). *The structural transformation of the public sphere*. Cambridge, UK: Polity Press.
- Hanquinet, L., & Savage, M. (Eds.). (2015). *Routledge international handbook of the sociology of art and culture*. London: Routledge.
- Hesmondhalgh, D. (2008). Towards a critical understanding of music, emotion and self-identity. *Consumption, Markets and Culture*, 11(4), 329-343.
- Horkheimer, M., & Adorno, T. W. (1947/1972). *Dialectic of enlightenment* (J. Cumming, Trans.). New York: Herder and Herder.
- Jameson, F. (1991). *Postmodernism, or, the cultural logic of late capitalism*. Durham, NC: Duke University Press.
- Kellner, D. (2003). *Media culture: Cultural studies, identity and politics*

- between the modern and the post-modern*. London: Routledge.
- Lash, S. M., & Urry, J. (1993). *Economies of signs and space*. London: Sage.
- Latour, B. (2005). *Reassembling the social: An introduction to actor-network-theory*. Oxford, UK: Oxford University Press.
- Martin, P. J. (1995). *Sounds and society: Themes in the sociology of music*. Manchester, UK: Manchester University Press.
- Paddison, M. (1993). *Adorno's aesthetics of music*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Peterson, R. A., & Anand, N. (2004). The production of culture perspective. *Annual Review of Sociology*, 30, 311-334.
- Shepherd, J., & Devine, K. (Eds.). (2015). *The Routledge reader on the sociology of music*. London: Routledge.
- Siciliano, M. (2013). Tia DeNora, music in everyday life. *Volume! La revue des musiques populaires*, 10(1), 306-308.
- Simmel, G. (1917). The metropolis and mental life. In D. Levine (Ed.), *On individuality and social forms* (pp. 324-339). Chicago, IL: University of Chicago.
- Thompson, J. (1995). *The media and modernity: A social theory of the media*. Cambridge, UK: Polity Press.

# Reflections on the Sociology of Music: Reading Adorno's *Introduction to the Sociology of Music* and DeNora's *Music in Everyday Life*

Chun-Ming Huang\*

## Abstract

This study reviews two influential texts in the sociology of music: Adorno's *Introduction to the Sociology of Music* and DeNora's *Music in Everyday Life*. In the former, Adorno regards music as social mediation, which not only can induce obedience but also enlighten and restructure people's minds, whereas in the latter, DeNora conceptualises music as a technology of self—a means of accomplishing things. This study proposes that DeNora developed the thoughts of Adorno to acknowledge that music is a building material of consciousness and a mode of praxis and that individuals may use music to produce and structure their agency rather than to accompany the existing social order. The ideas of DeNora are considered a new direction in music sociology, with an 'affective turn' and a focus on everyday life. They return to the Adorno proposition but pay more attention to humanity's search for social practice, agency, and hope.

**Keywords:** mediation, cultural industry, everyday life, a technology of self, Adorno, sociology of music

---

\* Chun-Ming Huang is Assistant Professor at the College of Communication, National Chengchi University, Taipei, Taiwan.