

法兰克福学派批判理论对文化产业发展的启示 ——以纪录片产业为例

陶 锋

(南开大学 哲学院, 天津 300071)

摘 要:法兰克福学派提出了“文化产业”概念,并对其进行了批判,认为文化产业是一种受到交换价值所控制的肯定性文化。阿多诺将本真艺术与文化产业商品相对立,认为两者最大的区别就是是否可交换,本真艺术具有不可交换性和否定性,是被压抑的事物的表达,反对社会的总体性和控制性。而文化产品则是以交换价值为唯一目的的。阿多诺和本雅明就机械复制艺术发生了论争,其根本分歧就在于机械复制是否会给文化艺术带来解放性力量。阿多诺的文化产业批判力量对于现代文化产业发展有着启示意义,现代文化产业发展应该强调文化的艺术性和多元性。纪录片行业的发展是文化产业发展的缩影,阿多诺的理论对纪录片行业有着重要的启示意义。

关键词: 法兰克福学派;阿多诺;文化产业;机械复制;纪录片

中图分类号: B516 **文献标识码:** A **文章编号:** 1008-2603(2013)06-0092-06

The Implication of The Critical Theory of Frankfurt School for the development of Culture Industry

TAO Feng

(Faculty of Philosophy, Nankai University, Tianjin 300071, China)

Abstract: The theory of “culture industry” is one of the most influent theories of Frankfurt School and it is derived from the critical of “mass culture”. Adorno claims that the production of culture industry is dominated by exchange value and therefore loses their authentic quintessence. On the contrary, the authentic art is considered of the negation of exchangeability and the control of social identification. Therefore, Adorno opposes the mechanical reproduction of art which is thought as the possibility of art’s liberation by Benjamin. The critique of Adorno’s cultural theory implicates for the development of contemporary culture industry which is absent of artistic and cultural value.

Key words: Frankfurt School; ADORNO; culture industry; mechanical reproduction; documentary

“文化产业”(Culture Industry)又译为“文化工业”,最早由西方马克思主义法兰克福学派提出,是其文化批判理论的核心部分。法兰克福学

派文化产业批判理论是建立在马克思的物化理论和交换理论基础上的,其背景是资本主义工业大发展时期以及国家资本主义盛行之时。阿多诺作

收稿日期:2013-11-28

基金项目:教育部人文社会科学青年基金项目“阿多诺美学与语言理论关系之研究”(项目编号:13YJC720033);“南开大学哲学院‘985工程’青年教师科研资助项目”(项目编号:NKZX985QN-201301)。

作者简介:陶锋,男,南开大学哲学院讲师,哲学博士。

为文化产业批判的旗手,提出了要用本真的先锋艺术去对抗文化产业商品,要用非同一般之物的不可交换性去反抗同一的交换法则,从而反对那种“管理社会”(administrative society)对人和自然的控制和主宰。法兰克福学派的另一名重要哲学家本雅明则认为正是因为工业化时代使得艺术品的大量机械复制成为了可能,大众传媒技术的发展使得以前只能在博物馆中看到的艺术品能走向大众,所以文化的产业化能够使得精英和大众的区别得以消除,艺术能够真正走进寻常百姓家家。

今天,工业化发展进入了信息时代,艺术品生产技术和大众传媒技术得到突飞猛进的发展,阿多诺的文化批判模式和本雅明的文化大众化模式在分别向某个极端发展之后又重新能够统一。技术的生产不仅带来了文化产品的复制,同样也使得先锋艺术不再曲高和寡不再因为不能商业化而日渐凋零,先锋艺术反而因为生产成本和传播成本的降低而成为可以大众化的。但是我们也需要吸收阿多诺对文化产业批判的有益之处,不应该让产业化成为低劣文化以及肯定性文化的温床,而应该借助产业化,使得本真艺术和先锋艺术得到更好的传播。

如今,中国纪录片行业面临着产业化发展的时期,如何在纪录片产业化的时候,避免过度商业化、避免以追逐利润成为唯一目的,阿多诺的文化产业批判理论将成为非常有益的指导。

一、法兰克福学派大众文化批判

法兰克福学派一直很注重对文化的批判,特别是对于大众文化(mass culture)的批判。批判理论早期对大众文化的批判上集中在对其大众性的批判上。大众性可以从两个方面来理解,第一,大众性联结着一种普遍性,而这种普遍性的生成机制是可疑的。其次,大众性是“集体意识”的表现,而这种意识正是资本主义社会中家庭的崩裂走向国家意识的结果。

在某种程度上,大众性等同于一种普遍性,从霍克海默的《艺术和大众文化》到霍克海默与阿多诺合著的《启蒙辩证法》中,都能或明或暗的看到这种等同,霍克海默和阿多诺都对康德的审美的普遍性进行了批判。在《艺术和大众文化》中,霍克海默将康德的“共同的美感”理解成一种没有偏见的对他人的包容,“康德认为每个人的审美判断都充满他自己所有的人性”。^{[1]259}这种普遍的人性

正是批判理论历来所批评的,是资产阶级自由意识的表现。所以,霍克海默紧接着说“不管实业文化中要命的竞争如何,人们都共同地关注他们所预见的可能性。”^{[1]259}这种抽离在社会背景之外的普遍性忽视了其社会基础,忽视了人性所形成了历史因素。

康德所说的这种审美的普遍性来源于一种内心的机制——“知性和想象力的和谐运动”,在《启蒙辩证法》中,阿多诺认为这种内心机制是极其可疑的,因为在文化工业时代,这种人们自主的内心机制已经被工业图示化的作用所替代,阿多诺说“工业却掠夺了个人的这种作用。一旦它首先为消费者提供了服务,就会将消费者图示化。”^{[2]111}这种普遍性已经从人的自然的生理心理机制被置换成了某种设计好的无意识的机制,就像被训练的动物,对食物的条件反射。当这种普遍性被抽象的架空时,人的真正的普遍性——如人性、精神——就成了被遮蔽的东西,仿佛置于洞穴中的人无法见到光明一样。“今天,人们仅仅表现人们;无论‘精英’还是大众都服从于一种在任何给定的情况下,只允许他们作出一种单一反应的机制。”^{[1]263}因此,实际上,大众文化并不在于其是“大众”的,大众这个概念并非一种数量上的大多数,而是意味着普遍的受到控制的群众,从大众文化的工业机制来看,无论是控制者还是被控制者,都在某种程度上是工具理性的受害者。

大众性等于普遍性,还意味着对个性的湮灭,就艺术形式而言,最普遍的东西,往往意味着最没有个性的东西。“个人只有与普遍性达成一致,他才能得到容忍,才是没有问题的。”^{[1]263}对于文化被工业化生产后,标准化和规模化成了文化产品生产的重要法则,在这里,对“成功”的复制就是一种标准,而在这种复制中,艺术中的真理内容已然不存在了。

普遍性还在于可交流性,对于康德而言,纯粹鉴赏判断和审美愉快的普遍性意味着可普遍交流性。在《艺术和大众文化》中,霍克海默就已经发现了艺术的交流性的丧失,在一个不真实的世界中,在一个混乱的世界中,交往也是不真实的,^{[1]263}在商品社会中,只有交换是唯一真实的,人们之间的交往堕落成一种交换。康德美学中的那种具有普遍情感的审美愉快感,在阿多诺那里变成了一种虚假的快乐,一种“烹饪式的快感”,这种快感即使是可以普遍交流的,对于人们而言,也

是一种交换体系的控制手段,是文化工业所利用的武器。当然,以阿多诺为代表的批判理论将审美愉快视为幻象的副产品而完全抛弃,这一观点也是有其局限性的,在康德那里,审美愉快的形式感意味着它具有否定性,它否定了艺术品被占有的可能,从而将自己从占有式的快感中分离出来,这种否定性是审美否定中很重要的方面。

除了大众性与普遍性的关联,大众性还在于一种集体意识。我们在分析大众文化时,要注意它的时代背景,批判理论意义上的“大众文化”产生于工业化高度发达的时代,也即是资本主义的成熟期,这个时候,传统的“市民社会”正在向后市民社会发展,也即是向国家权威型的社会发展。我们不能把“大众文化”超历史的理解为大多人的通俗文化,对于市民社会之前的大众文化,并不具有以交换价值为唯一目的的特征,而且,对于前市民社会的大众文化,有很多是具有一定反抗意识的文化,能够反映人们的普遍精神的文化。例如,《牡丹亭》就是一种大众文化,但是它却是反精英、反控制的否定文化,是一种从下而上的文化。只有发展到市民社会之后,随着资本的控制因素的加强,一切物品的使用价值都沦为交换价值之后,大众文化才成为了一种从上而下、控制型的文化。

霍克海默考察了大众文化的发展背景,随着家庭的瓦解,个人逐渐从血缘纽带中孤立出来,这种孤立并非是一种自由状态,相反,是被社会分工严格的定于社会结构之中的不自由状态,阿多诺称之为社会原子,资本主义生产将人简化为原子,社会对之进行抽象控制和分类管理,个人看似自由,实际上则是在生产关系和文化控制方面双重的不自由。随着极权国家的发展,家长偶像被国家偶像所替代,一种“集体意识”发展起来,而这种大众文化也随之发展起来。大众判断失去了其人性的本质,被一种机制所控制,“大众的判断,不论真、假,如同其它的社会功能一样都来自上面的指使。”^{[1]265}法兰克福学派的弗洛姆将弗洛伊德的心理分析引进马克思主义,考察了国家权威与个人之间的关系是一种施虐与受虐的关系,尽管阿多诺不太同意这种心理分析的方法,他也将集体的控制视作大众文化的根源之一,他认为个体通常会产生对集体的过分认同,因为集体能让个人战胜他们那种无力感和孤独感。“阿多诺的假设是,依然存在操纵大众心理的‘人类学环境’和易受极权制度感染的可能性,这些条件和可能性是整个

社会的科技和经济发展趋势所引起的。”^{[3]624}大众性的问题不在于它是否为大多数人所接受,而在于它是一种被操纵的假象。大众从来就无法自主决定这种所谓的大众文化,它们完全是由其他的阶层所决定的,“今天,叫做流行娱乐的东西,实际上是被文化工业所刺激和操纵以及悄悄腐蚀着的需要。”^{[1]273-274}大众性不再与艺术和具体内容和真理有任何联系,而只是为了把人们整合成娱乐工业所期望的那种人。

在霍克海默那里,个人的闲暇不再是马尔库塞意义上的艺术产生的条件,而成了被管理秩序所充满以及成为了一种消遣。按照马克思的观点,工人的个人时间是其劳动时间的延伸,是剥削阶级为了更好的剥削工人的剩余价值而为工人安排好的娱乐活动,在这种所谓的闲暇中,已经失去了闲暇所具备的自由和思考的本质意义,而成为了纯粹的被动催眠。

除了大众性之外,文化传播媒介的改变也是大众文化得以可能的技术因素。广播、电视和印刷工业彻底改变了以往的传播方式,艺术品与人面对面的打交道的可能性丧失了,人们在欣赏艺术品时的在场感也已不复存在了。“所有高度发达的交往手段都稳固地起到加剧‘使人们产生分离’的那些障碍的作用。”^{[1]264}艺术与人的距离看似由这些无孔不入的媒介拉近了,实则是无限的疏远,相反,传播媒介反而替代艺术品成为了与人打交道之物。

二、阿多诺对文化产业的批判

法兰克福学派文化产业批判是其大众文化理论的重要发展,“大众文化”这个概念出来之后,饱受批判,人们纷纷认为霍克海默和阿多诺具有精英文化的思想,他们站在与大众对立的角度来批判文化和艺术,如前所述,实际上这种批评并没有看到“大众文化”已经失去了文化性,而单纯成为了控制型的文化结构。但是霍克海默和阿多诺为了避免误会,仍然在《启蒙辩证法》的再版中将“大众文化”改成了“文化产业”(或译为文化工业)。

马克思早在19世纪工业时代初期就看到到了艺术和文化的工业性实质,他在《1844年经济学哲学手稿》中说道,“宗教、家庭、国家、法、道德、艺术等等,都不过是生产的一些特殊的方式;并且受生产的普遍规律的支配”^{[4]29}道德、艺术等文化创造从本质上说是人类劳动,就是生产,所以它们

也受到生产规律的支配。

法兰克福学派继承了马克思的文化艺术的生产理论,阿多诺将艺术品的创作过程视作一种生产过程,艺术家就是工人。“当艺术吸收了在给定的生产关系之下工业化已经发展起来的东西,艺术——通过它的经验模式和作为经验的危机的表达——是现代的”^{[5]43} 艺术的生产过程与社会生产力的发展是密不可分的,阿多诺认为审美生产力就是社会生产关系的积淀,艺术也遵循生产发展的规律。但是阿多诺认为,只有艺术是按照自身的逻辑发展起来的,是一种自律的艺术,而不是以复制和交换为目的的他律艺术,艺术才可能是真实的,他称之为“本真艺术”(authentic art),这种艺术是一种否定性的艺术,是对交换法则的否定,它是一种未被同一之物的语言,具有真理内涵。而文化工业产品则是这种本真艺术的反面,它们屈服于同一性,是以交换为唯一目的的,实际上就成了统治阶级同一他人的意识形态。在这种艺术中,并没有任何的否定性,也没有艺术的真理内涵。“一旦艺术品被埋葬于文化商品的神庙中,它们自身——它们的真理内涵——也就被摧毁了。”^{[5]299}

霍克海默和阿多诺在《启蒙辩证法》中详细描述了文化产业的虚假性,他们认为文化产业已经成了一种“大众欺骗的启蒙”,文化产业商品并没有多少艺术性,或者说艺术只是它们的伪装,“文化工业引以自豪的是,它凭借自己的力量,把先前笨拙的艺术转换成为消费领域以内的东西,并使其成为一项原则,文化工业抛弃了艺术原来那种粗鲁而又天真的特征,把艺术提升为一种商品类型。”^{[2]140} 艺术成了一种可以交换的商品。它们实质上已经被一种同一的交换法则所主宰,于是任何艺术自身的逻辑都可以弃之不用,在阿多诺那里,艺术本来是非同一之物的表达性语言,而这种语言是一种谜语,是难以用推论性的知识来理解的,但是为了满足人们粗浅的审美经验,这些艺术本质都可以抛弃,而代之以“烹饪式的娱乐”。同时,只要能够将之变成消费品,任何艺术法则也都可以成为其手段,伪先锋艺术可以为了满足消费者的猎奇口味变得难懂的、成谜的,但是这种表面上的谜语性并非来自艺术的语言本质,而是一种文化商品生产者的主观设计,这种主观意图的介入,却使得艺术失去了为被压抑事物发声的作用。

为了交换,文化产业变成了“快乐产业”,低廉

的笑料成了其唯一的产品,这种虚假的快乐源自人体的动物性,是一种普遍存在的快感,这种快感与具有无功利性的审美愉快不同,它们实际是对审美愉悦的一种吞噬。“‘快乐’并非愉快,而是愉快的假象,一种暂时的释放,可以使欣赏主体忘掉奴役他们的宰制力量以及不自由。通过快乐而得到的贫困的逃避主义事实上是文化工业及其色情产品的特征。”^{[6]186} 快乐上面承载了某种经济利益,而不是一种简单的生命情感的肯定。真正的艺术和文化是将社会的控制和人类工具理性的主宰给揭露出来,在社会的总体性控制之下,自然和人只能是被压抑之物,它们发出的声音必然是苦难的哀鸣,艺术也应该是苦难的表达,而那些只生产简单快乐的文化产业怎么可能是真实的呢?

文化产业向人们许诺会带来幸福,结果这只是一种虚假的承诺,它们只是希望通过满足人们的某种肉体需要,来麻痹人们的精神,人们不再从艺术中获得任何合理的知识、获取合理的理性经验,而是在一件件复制品和一帧帧快速闪回的电影片段中变得麻木和愚蠢,“不要指望观众能独立思考;产品规定了每一个反应,这种规定不通过自然结构,而是通过符号做出的,因为人们一旦进行了反思,这种结构就会瓦解掉。文化工业真是煞费苦心,它将所有需要思考的逻辑联系都割断了。”^{[2]123}

相对于先锋艺术的否定性,文化工业产品是肯定的,是对社会总体性的维护,是虚假意识形态的反应。真正的艺术应该是一种内含否定性的艺术,它是对总体性的否定,通过对自身总体的否定,从而否定了社会的总体性。这种艺术从根本上反对可交换性,因此,以交换为唯一目的的文化工业是很难容纳这种艺术的。但是阿多诺并不完全反对艺术中的工业性,他认为,艺术应该反映同时代工业发展的情况,“现代艺术品在此意义上必须将自己显示为与高度的工业主义是平等的,而不仅仅是将其作为一个主题。它们自己的行为 and 形式语言必须对客观的情境有自发的反应”^{[5]142} 这并非是将工业化社会作为艺术的题材,而是说艺术自身的生产发展水平应该是随着社会生产力发展而发展的,这是一种艺术创作形式上的发展,例如阿多诺虽然反对娱乐电影的快速闪回,但是他同样认为电影中所发展出来的蒙太奇手法是对社会碎片性的反应,这是一种艺术真实的表现。

阿多诺反对艺术品的机械复制,认为文化产

业实现其可交换性的根源就在于机械复制的大发展。而本雅明则认为艺术品的机械复制是实现艺术解放人类的一种现实途径,本雅明重视的是机械复制带给艺术的政治功能的改变,“然而一旦本真性标准不再适用于艺术生产,艺术的整个功能就被翻转过来。它不再建立在仪式的基础上,而是建立在另一种实践的基础上,这种实践便是政治。”^{[7]240}这种艺术中“本真性”的东西就是“灵晕”(aura),也就是欣赏者直接体验艺术品原作的氛围,但是又能与之保持一定的距离,灵晕就是艺术品原作的即时即刻性。这种灵晕来自于古代的巫术仪式和宗教仪式,是艺术脱胎于巫术的标志和痕迹,灵晕表明了艺术作品的不可复制性和拜物性。机械复制带来的直接结果就是灵晕的消失,对原作的大量复制打破了其偶像性和独特性,最终艺术品的“崇拜价值”被“展览价值”所替代,艺术品彻底从宗教中分离出来。本雅明是赞同这种分离的,他认为只有艺术彻底从宗教中分离,才可能让大众从对艺术品的膜拜转换为对艺术品的直接占有。本雅明辩证的指出了这种转变所带来的结果,一方面是艺术品可能被消费化或娱乐化,另一方面艺术品能够为更多的人所分享,能够更好的改变社会。

在阿多诺那里,艺术中的本真性是对某种原始的未分裂的人类状态的保留,在艺术中保留了人类的摹仿功能和语言的表达性质。欣赏者欣赏艺术应该是一种“凝神观照”(contemplation)的态度,因此,艺术的灵晕是艺术中不可或缺之物,它是艺术语言对欣赏者的直接诉说,因此阿多诺反对艺术的机械复制,这种复制最终会导致艺术的语言性的丧失,艺术成为可交换的商品。这种可复制的艺术“太容易屈从于控制的目的而非解放的目的,太容易屈从于现存社会关系框架下大众的意识形态合作和一体化,而非他们的政治启蒙。”^{[8]198}沃林将阿多诺和本雅明之争视作“高雅文化”和“大众文化”之争,并且认为这两种文化的代表——先锋艺术和机械复制艺术都是对资产阶级文化的毁灭,先锋艺术从内部,而机械复制艺术从外部。我认为,将两者的争论简单地视作“高雅”和“大众”的区分显然有些肤浅,阿多诺和本雅明都提倡两者的解放性,但是两者的区分就在于是否是“可复制的”,这种可复制性的背后是一种资本主义的交换价值,如果艺术是反对这种交换价值的,就有其本真性,如果艺术是以交换价值为

唯一目的的,就已经被社会所物化,成为了交换价值所控制的意识形态的复制品。两者各有其优缺点,本雅明注意到了技术发展带来了文化的普及,但是没有考虑这种普及化后面可能会受到交换价值的控制,文化普及最终成为了意识形态普及的幌子。

三、阿多诺理论的实践意义

(一) 信息时代的文化产业发展

阿多诺的艺术非交换模式和本雅明的可交换模式主导了艺术和文化生产的发展,事实证明,两者都没有完全错,先锋艺术仍然秉持着不可交换性,而大众文化也随着技术的发展更加普及,两者在渐行渐远的时候,却有机会再次统一起来,这种统一的契机就在于信息时代的到来。阿多诺所说的工业时代已然发生了巨大的变革,信息时代取代了工业时代,大众传媒的手段变得更加多样化和便捷化。

在马克思时代,是大工业生产时代,工人成为了机器的延生,工人被固定在机器上,被物化了。在阿多诺时代,工业化进入了流水线生产,单个产品的生产发生了分割,分工进一步加剧了。大众传媒的发展对艺术的复制提出了更高的要求,电影、唱片的出现大量复制原作,使得原作的灵韵消失了。大众传媒也成了一种国家集权的控制工具,因为大众传媒是控制在统治阶级手中的,阿多诺批判的美国电影审查制度就是一个明证。

而在信息时代,新技术的出现使得艺术生产可以恢复到个人化。在文艺复兴时期,艺术也是手工作坊中众人合作的产物,是颜料生产、艺术材料的发展使得艺术得以个人化。而电影电视也是如此,以前必须合作拍摄的电影现在用DV就可以拍摄。

另外,大众媒体的进一步发展使得文化产品的传播更加方便了,从而有机会将控制权从统治阶级中夺回来(当然现在还无法完全实现),人人都可以上传自己所拍摄的东西,也可以上传自己的艺术作品。

(二) 艺术性成为文化产业的核心目的

文化发展的趋势是文化不再大众化,而是变得日益多样化和小众化,这也是多元社会的需要和在艺术中的反映。在工业时代,小众文化由于受到利益最大化的限制,无法生存。但是,在信息时代,小众文化极大的降低了生产成本、传播成

本,使得小众文化可以生存,而其人们的多样化趣味也能够得到满足。文化产业的目的是尽可能的为小众文化创造一种合理的竞争空间,通过合理的配比去优化文化产品的生产比例,不是以利益为唯一的核心目的,而是将艺术性作为重要的目的,最终艺术性取代利益,成为文化产业的唯一目的。因此,阿多诺对艺术品的本真性的强调也应该为文化产业发展所重视,文化产业要重视艺术品的艺术性的提高,而不再是盲目的以满足大众的感官娱乐为目的。

(三)文化产业实例——纪录片产业

纪录片(Documentary)出现在电影诞生时期,英国著名的纪录片先驱约翰·格里尔逊在其1926年的一篇文章中将纪录片定义为“对时事新闻进行了创造性处理的”影片。1979年美国编纂的电影术语词典中这样描述纪录片:纪录片是一种非虚构的影片,它直接取材于现实,并用剪辑和声音增进主题思想。从这些定义和描述中我们可以看到,纪录片的特点在于其真实性、客观性和非虚构性。真实性是纪录片的本质属性,纪实性是纪录片的美学风格。

纪录片是未来电视文化产业发展的一个重要方向,纪录片比较贴近阿多诺所说的艺术批评。在纪录片,电视拍摄接近于手段,类似于一种对艺术的书写。纪录片的最高要求是真实,这种真实不是说简单的对现实的复制,而是说纪录片能够去挖掘某些现实中不真实的地方,并将之展现出来。纪录片的纪实性纪实现了将历史凝固的作用,相比较其文字,它是更加具体和直接的。纪录片的可操作性强,个人化发展可能性比电影而言较大。随着科技的进步,纪录片将越来越成为主流的电视节目。现代科学技术的发展促进着纪录片产业的发展,一是让纪录片进入频道专业化阶段,如美国探索频道(DISCOVERY)。二是提供了丰富的技术手段,探索新的艺术手法和表现形式。如纪录片《新丝绸之路》运用3D技术模拟还原丝绸之路的路线,大量运用场景还原的方式。

据调查,“2009年中国纪录片首播量在5000小时以上,粗略估计总投资在4亿元以上。其中,中央电视台投资约2亿。”^[9]¹³⁵但是中国的纪录片仍然是以国家投资为主,产业化和商业化结构尚未形成,而且纪录片个人普及化仍然有待发展。1990年吴文光的《流浪北京——最后的梦想者》标志着新纪录运动的开始,新纪录拍摄主体多

为流浪艺术家和DV爱好者,这种新纪录运动是在电视体制之外,以艺术追求为目的,个人去拍摄纪录片的行为。在国外,纪录片产业发展已经到了比较成熟的阶段,美国的DISCOVERY、英国的BBC和日本的NHK的纪录片已经具有了很高的专业性和艺术性,现在还盛行纪录片返回电影院的活动。而网络媒体的发展,使得纪录片的个人拍摄和传播更加方便,纪录片产业将成为未来电视产业中的主力军。

正是由于纪录片的真实性、纪实性和可操作性,使得文化产业中能够更好的实现阿多诺所说的本真艺术性。中国纪录片产业经历了一个高速发展的时代,是整个文化产业的一个缩影。在人类科技不断进步的同时,也要不断的提高文化和艺术的水平,阿多诺对于文化产业的批判,对于今天的文化产业发展仍然有其积极意义,当我们能够接受更多的讯息、能更便捷的欣赏到各种艺术和文化时,我们需要的应该是文化品位的提升,当然,更重要的是,我们要了解艺术的人类解放的作用,通过对艺术和文化的改造和进步,我们能够进一步的改造被工具化的人类理性和物化的社会。

参考文献:

- [1] (德) 马克思·霍克海默. 批判理论[M]. 李小兵等,译. 重庆:重庆出版社,1989.
- [2] (德) 马克思·霍克海默,西奥多·阿道尔诺. 启蒙辩证法[M]. 渠敬东,曹卫东,译. 上海:上海人民出版社,2006.
- [3] (德) 罗尔夫·魏格豪斯. 法兰克福学派:历史、理论及政治影响[M]. 孟登迎,赵文,刘凯,译. 上海:上海人民出版社,2010.
- [4] (德) 马克思. 1844年经济学哲学手稿[M]//马克思恩格斯全集(第42卷),北京:中共中央马列恩斯著作编译局编译局,2008.
- [5] Theodor Adorno. Aesthetic Theory. translated by Robert Hullot-Kentor. Continuum. 2004. (参见德文版 Theodor Adorno. Ästhetische Theorie. Hrsg. von Gretel Adorno und Rolf Tiedemann. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 2000).
- [6] Erica Weitzman. "No Fun: Aporias of Pleasure in Adorno's Aesthetic Theory" The German Quarterly 81. 2(spring 2008).
- [7] (德) 瓦尔特·本雅明. 机械复制时代的艺术作品[M]//《启迪》汉娜·阿伦特编,张旭东,王斑,译. 北京:三联书店,2008.
- [8] (美) 理查德·沃林. 瓦尔特·本雅明:救赎美学[M]. 吴勇立,张亮,译. 南京:江苏人民出版社,2008.
- [9] 中国纪录片发展战略研究课题组. 2009年中国纪录片发展研究报告[J]. 现代传播,2010(10).

(责任编辑:杜红琴)