

法兰克福学派文化工业理论再认识

张清民

(北京大学中文系,北京 100871)

摘要：“文化工业”是当代资本主义社会资产阶级在新的社会条件下采取的一种特殊的社会控制形式，它使艺术丧失了对现实的批判和超越功能。文化工业是资本主义社会语境的产物，中国当代通俗文化不同于文化工业。对这一理论不能机械搬用。

关键词：文化工业；文化控制；法兰克福学派；通俗文化

中图分类号：I109.9 文献标识码：A 文章编号：1009-055X(2002)01-0026-04

文化工业是法兰克福学派对资本主义进行文化批判的一个重要课题，我国文艺界对法兰克福学派批判理论的介绍、传播已逾多年。但是，近年理论界在对我国大众文化及一些文艺现象进行分析时，存在着机械套用法兰克福学派文化工业批判理论的倾向，对创作语境不加分析，把作家在新的历史条件下借助现代科技手段和大众传媒创作的情况一概斥之为“文化工业”作品。这不仅是对批判理论的一种误读，而且也是对创作界的一种误读。我们有必要对法兰克福学派的文化工业批判理论进行一次新的梳理，对它的内容和理论性加以重新定位，以便在对相关问题作探讨时，保持一种清醒的态度和认识。

—

“文化工业”这一概念肇始于法兰克福学派的哲学批判理论。法兰克福学派甚至整个西方马克思主义者的文艺理论，如果离开其赖以支撑的哲学根基，都无法得到真正的理解和阐释。法兰克福学派理论家认为，作为资本主义文化危机重要表现的工具理性的膨胀和主体的衰落是西方社会发展史上启蒙精神畸形演变的产物。“启蒙”与“神话”相对。神话源于人类早期生活，神祇是统治人的自然的象征，人类因无力征服、支配自然，而把自己无法理解和解释的东西归因于神这种虚幻的力量。启蒙则

是追求一种能够驾驭自然的知识形式，旨在把人从恐惧和迷信中解放出来，这不啻是神话的解毒剂。但是，在启蒙精神中滋生出来的科学技术，把启蒙推向了极端，它不仅成为人统治自然的得力工具，而且人类靠它所创造的物的世界即“第二自然”，反过来成为奴役人、压制人的发展的东西。把人类从自然的桎梏中解放出来的启蒙精神又亲自把人们送进了它一手挖掘的工具理性的陷阱，走向它的反面，成为新的“神话”，由进步变成了退步。当代资本主义社会中，启蒙原则“体现为个人和批判观念的资产阶级社会的现实运动”，“在整个社会本身中变成了形而上学，变成了意识形态的外衣，遮盖了不可救药的现实”。“启蒙在意识形态方面的倒退”的产物，就是所谓的“文化工业”^[1]。

“文化工业”在法兰克福学派理论家那里是一个相当宽泛的概念，正如这一概念的倡导者所言，“在我们的设计草案里，我们谈到了‘大众文化’。我们用‘文化工业’取代这种表述，以便一开始就排除其倡导者的下述解释的可能：这是一个类似一种从大众本身，从流行艺术的当前形式自发地产生出来的文化的问题。文化工业必须与后者严加区分。”^[2]据此，我们可以看出，“文化工业”这一概念在法兰克福学派的批判理论中至少具有以下含义：文化工业的主要载体是资本主义社会的大众（通俗）文化形式，通俗艺术是其主要的组成部分；文化工业已成为现代资产阶级用来进行思想统治的文化手

收稿日期：2001-05-22

作者简介：张清民（1965-），男，副教授，博士研究生，主要从事西方现当代美学研究。

万方数据

段；文化工业问题不是一般意义上的通俗文艺问题，而是一个意识形态问题。

正是在这种意义上，批判理论家对通俗文艺怀有深深的警惕性，按照《启蒙辩证法》的作者所言，通俗文艺大“都是按一定格式考虑设计出来的。它们都是由专业人员管理的，而它有限的多样性，也完全是由文艺机构编制的”^{[1] (p114)}。批判理论在指斥“文化工业”时，常常以通俗文艺为对象，例如阿多尔诺就曾以《电视与大众文化型式》为题，阐述了通俗艺术在现代资产阶级社会的境遇，以及它们对资产阶级意识形态的维护作用。阿多尔诺把电视信息分为“公开的”与“隐蔽的”两个层面，认为从表层的信息来看，电视节目和广告文艺所设置的众多对象或形象似乎尊重观众的需要和口味，因而体现了一种民主的原则，消除了个体与社会对立的迹象；实际上，这些对象或形象的“正确性”的标准是电视制作人或广告商所提供的，并通过反复的灌输强加于观众，暗中隐藏有极权主义的寓意。公开的信息不过是暗中总体性要求的准备。音乐领域里的表现亦是如此。在表面的信息上，流行音乐似乎肯定弘扬个性与偏离常规，“并使听者总是被款待得就好像大众产品只是为了他一个人”，而事实上，流行音乐——包括素被人们认为寓有反抗精神的爵士乐，其主题、节奏及其形式构成都有严格的程序规定，“它的各个部分的首尾必须仿效一种标准的模式。这加强了最基本的结构”，“没有任何真正新的东西被允许闯入，只有有意的效果——向千篇一律的作品加一些风味而又不会对千篇一律有所威胁”。流行音乐总是暗中“向听者隐藏占统治地位的形式与情感的标准化”，使听者能够实行和“发展一种趣味，这种趣味和日常生活所要求于他们的服从态度毫无二致”^[3]。情感的标准化和虚假的个性是当代资本主义社会通俗艺术的显著特征，一旦某一个程式获得了成功，资产阶级就会调动宣传机器对之大肆宣扬，通过强化人们的视听而使电视或音乐形象成为社会的凝固剂，与之相反的一切反叛的倾向或被删除或明确地受到谴责。

批判理论否定的不是通俗艺术本身，而是它在资产阶级社会中所起的意识形态的宣传作用和它在创造方面的退步，以及艺术作品对社会现实的批判职能与超越功能的丧失，它窒息了艺术家的美学理想和追求，把艺术创造推向了工具化。也正是在这种意义上，批判理论家才把通俗艺术贬斥为“文化工业”。^{万方数据}

批判理论家对文化工业的功能和效应，进行了激烈的指责。他们认为文化工业的产品只是一味地刺激人的官能享受，丧失了艺术应有的净化作用。以电影为例，它把语言、图像和音乐三者完美地统一起来，逼真地再现了日常经验的感觉世界，因而能迅速消除观众的陌生感和距离感，吸引他们的注意力，并很快使他们理解了其中的内容，观众由于被电影人物、语言、姿态、画面深沉地吸引，而无暇回味许多疾掠而过的细节和内容，只是紧张地期待下一个情节的出现，因而“抑制观众的主观创造能力”，造成他们的“想象力和自发性”的“渐渐萎缩”^{[1] (p117)}。批判理论这一认识虽有道理，却没有抓住问题的实质。艺术净化作用在文化工业产品中的丧失并非由于它的动态的立体效果，而是由于文化工业产品内容和格调的低下；至于艺术欣赏中的想象和二度创造，更是一个复杂的过程，轻易断言电影艺术不利于人的想象的发展，虽不能说是外行话，至少有欠谨慎。

批判理论家深恶痛绝的是文化工业产品性质的蜕化即艺术商品化。艺术商品化意味着艺术活动已经渗入消费领域，从而受交换原则的支配。消费性商品的标准成为决定艺术作品生存权利的依据，资产阶级的唯美主义原则即无目的的合目的性，今天已颠倒为市场交换原则的有目的的无目的性。艺术作品的存在，人们仅看重其交换价值和它带来的利润。批判理论这一观点值得我们注意和借鉴。一般说来，只要存在商品经济，只要艺术作品中凝结着艺术家进行创造时的劳动，艺术作品就难免具有商品性。只是在资本主义社会，人们普遍陷入金钱拜物教的泥淖之中，资本家更是以疯狂追求利润为目的，艺术家要想在生存的同时，捍卫艺术的自律性当然是极为困难的事情。在社会主义市场经济下，艺术创造虽然要顾及市场经济运行的法则，但在根本上却不能以营利为目的，必须以为人民提供精美的精神食粮为创作目标；而且，我们的社会也给艺术家进行创作提供了充分的物质保障，“双百方针”更是为艺术家遵照艺术自身的规律进行创造提供了精神前提。

文化工业在现代资本主义社会无孔不入，批判理论家们显然已洞悉这一点。他们指出，文化工业已与日常生活及人们的需要联结在一起，只是这种需要从来“都是社会预先规定的，他永远只是被规定的需求的消费者，只是文化工业的对象”^{[1] (p133)}。这表明，即使在娱乐领域，资产阶级也从未放弃它

对人们的支配。这种支配的后果是相当严重的,按照批判理论家的说法,支配意识和对享乐的追求导致了公众欣赏能力的退化,这种退化不仅表现在生理上,也表现在心理上。它使公众退回到驯服并敢于慑于文化工业产品的状态,一种与弗洛姆在《无能的感情》一文中所描述的被动的依赖处于相似状态。正如儿童只喜欢吃他们过去尝过的食品一样,公众退化了的感觉只对那些他们以前接受过的东西感兴趣并产生反应。“受支配的无产者的双耳是失聪的”^{[1] (p32)}。

批判理论对通俗文艺的意识形态判断不能说没有道理,在二战后的冷战国际局势和当时人们习惯的对抗思维方式下,这种理论还是具有相当的影响和说服力的。即使在今天,这种理论也并没有完全失去它对现实的阐释能力。因为,在当代西方社会结构中,当市场行为不仅作为物质产品的生产、交换方式存在,而且也作为人们的精神需要的生产、交换方式存在时,就意味着市场对社会的操纵已达到极限,连人的意识和无意识领域也不放过。这无疑是一种新的意识形态表现形式,只不过,这种意识形态的表现形式已不再具有对抗式的特征,而是表现为更加复杂和隐蔽的形式,正如美国著名学者F·杰姆逊所言,“我们现在已经没有旧式的意识形态只有商品消费,而商品消费同时就是其自身的意识形态”^{[4] (P28)}。在当代社会,“意识形态”没有“终结”,而是其形态模式发生了转型。即以商业消费为机制的文化吞没了具有对立意味的意识形态,如果说,具有对抗意味的意识形态由其信仰的内容决定其性质,而转型了的新式意识形态则不问信仰,消费就是一切。

二

“文化工业”是法兰克福学派批判当代资产阶级文化时的一个特殊用语,它有着十分具体的历史和文化语境,“文化工业”是资本家控制下的文化生产,人们从中处处可以感受到资本这只无形之手在背后的操纵和扩张。这是“文化工业”的一个基本要义,也是认识“文化工业”的出发点。这一理论并不具有普适性,不是在任何情形下都能搬用的。在对我国当前文艺现象进行研究时,不能机械地硬性套用批判理论作牵强附会的分析。比如,在社会主义市场经济下利用现代高科技手段发展文艺,扩大文艺作品的种类和数量,以满足广大人民群众日益增

长的文化和精神需求,与西方社会的“文化工业”远不是一回事,二者不能相提并论。

然而,我国学术界又的确存在搬用或套用批判理论来分析当代通俗文化现象,表现出对法兰克福学派文化批判理论的一种误读。误读的类型有以下几种情形:一是概念上的误置,即把“大众文化”看成是“文化工业”的产物,如刘润为在《文化工业论》中说,“一股西风,Mass Culture(大批量生产的文化)的西风,正在地球上弥漫……风源就是所谓的文化工业(Culture Industry),也就是文化产品的制造业”^[5]刘文中所引英文Mass Culture也就是人们通常所说的“大众文化”。唐蓓《浅析大众文化对青年社会化的影响》一文,对“大众文化”的解释更为直露,她认为“大众文化不是历史上早就存在的民间文化,而是文化生产工业化和商品化的产物”^[6]。二是把利用现代科技手段进行产品制作的方式视为“文化工业”的“专利”,并在这种意义上把“大众文化”等同于“文化工业”。这种理解在我国学术界相当普遍,如唐蓓在同一篇文章中称大众文化“是借助大众传播工具,以工业化手段批量制作、推销,迎合大众消遣口味的‘快餐文化’(即通俗文化)”。北京师范大学艺术系尹鸿教授谈论大众文化时也持同样的观点,认为大众文化“在功能上,它成为了一种游戏性的娱乐文化;在生产方式上,它成为了一种由文化工业生产的商品;在文本上,它成为了一种无深度的平面文化;在传播方式上,它成为了一种全民性的泛大众文化”^[7]。北京大学著名学者王岳川教授在对90年代艺术现象进行个案分析时,也基本上是持此观点,他认为,“90年代的先锋艺术,是一个说不完的话题。一个不争的事实是,先锋们在自己一度热衷的技术试验中,张扬纯技术至上,而不期然地将中国现代艺术带入了‘文化工业’之中”^{[8] (P329)}。

对我国当代通俗文化现象的分析和评价,应当根据国情进行具体的分析。随着我国社会主义市场经济的发展和科技的进步,国人的精神生活方式和途径日趋多样化,如:电影、电视、录音录像、MTV、电子游戏、广播、报刊、光盘、网络、信息高速公路等日新月异的传播方式,建立起了以都市为中心、辐射面无比广阔的传输网,尤其是电子文艺产品,越来越深入民众,大有取传统审美活动方式而代之的势头。这种精神方式的变化完全是社会现实变化的结果,出自人们实际的生活需要,它是中国社会向现代化迈进的产物,与生活节奏日益加快

的中国社会现实相适应。

当然，通俗文化产品在现代科技手段的影响下，与传统审美文化产品相比，其结构和形态都会有比较明显的变化，从而改变当代审美文化的构成和特质，并使其产品的制作过程日趋程序化、精确化、自动化，生产方式也会更加社会化、集约化、规模化，其产品结果和类型也会相应地变得标准化、格式化、通用化。这是中国文化与世界文化接轨、走向现代化过程中所必然付出的代价。但是，社会主义市场经济毕竟不同于西方垄断资本主义经济，以“二为”方针为目标的社会主义市场文化也不同于没有意义和价值追求的资本主义市场文化。社会主义市场文化在本质上不仅仅是为了满足人的物欲需求，更重要的是满足人的精神需求，提升人的精神品位，使人的心灵得到净化和提高，因此它并不能将文化完全交付市场机制去支配，成为一种纯粹以赢利为目的的商业行为，从而导致人文精神的沦落和丧失。这就在很大程度上决定了我国通俗文化的发展，在目标、性质和方向上决不同于法兰克福学派所谓的“文化工业”。换言之，我国文化事业的发展，仍然是在政府指导下的精神生产活动，其目的是为了满足不同人们日益增长的精神生活需要，是一种以科技为手段，以人文精神的发展为宗旨的有序的精神生产活动。

随着世界经济的一体化和全球化，不同制度、不同国家间的经济和文化交流日益频繁和加强，中国入世后，外来科技和精神产品越来越多地进入我

国市场。在此情形下，我国通俗文化的生产和发展在观念形态方面就不可避免地受到西方文化工业产品的影响，意识形态也必然会有一些的变化和转型，江泽民同志的“七一”讲话对此已经做出了精辟地概括。但是，这种变化和转型只是主流意识形态随社会变化而做出的适时的调整，决不意味着对西方文化及意识形态的全盘接收；同样，通俗文化产品也不能成为类似文化工业性质的市场产品。如何吸纳现代科技生产的优势，创造出更多的精神产品，同时又努力追求通俗文化产品的精神品位和价值目标，克服通俗文化产品因复制型生产而带来的程式化、平面化以及精神克隆等负面因素，则是“批判理论”之后，当前中国人文学者所应努力的学术研究方向。

参考文献：

- [1] 马·霍克海默，特·阿多尔诺. 启蒙辩证法(导言部分)[M]. 重庆：重庆出版社，1990.
- [2] 马丁·杰·阿道尔诺[M]. 长沙：湖南人民出版社，1988.
- [3] 王鲁湘. 西方学者眼中的西方现代美学[M]. 北京：北京大学出版社，1987.
- [4] 杰姆逊. 后现代主义与文化理论[M]. 北京：北京大学出版社，1997.
- [5] 刘润. 文化工业论[N]. 文艺报，1997-09-02(02).
- [6] 唐蓓. 浅析大众文化对青年社会化的影响[J]. 青年研究，1999,(5):32-35.
- [7] 尹鸿. 世纪转型：当代中国的大众文化时代[J]. 电影艺术，1997,(1):22-24.
- [8] 王岳川. 中国镜像——90年代文化研究[M]. 北京：中央编译出版社，2001.