

# 后现代文化批判

## ——法兰克福学派的“文化工业”论

叶 莲

(中南民族大学 武汉 430074)

**摘要** :本文论述了后工业社会文化消费的特征,法兰克福学派称此为“文化工业”。进而,法兰克福学派对“文化工业”的本质进行分析并指出其对社会的负面影响,通过这两方面法兰克福学派对“文化工业”进行了深刻的批判。

**关键词** :后现代社会文化 ;文化工业 ;法兰克福学派

**中图分类号** :B089.1 **文献标识码** :A **文章编号** :1672—2868(2005)01—0033—03

### Criticism Of the Postmodernistic Culture

——The cultural industry theory of Frankfurt school

YeLian

(Zhongnan National University, Wuhan 430074)

**Abstract** :The text explicated the expenditure character of postmodernistic society and the Frankfurt school called it “cultural industry theory”, Frankfurt school analyzed the essence of the cultural industry had unfavorable influence on society. Through the above two aspects which Frankfurt school criticized the cultural industry society severely

**Keywords** :postmodernistic Society ;Cultural Industry ;Frankfurt School

后现代文化又称后工业社会文化、信息社会文化、晚期发达或跨国资本主义时期文化、后资本主义文化等。后现代文化表现出了对现代文化的一种反叛,集消遣性、休闲性、商业性等为一体。法兰克福学派对此持否定批判态度,提出了“文化工业”理论,该理论对后现代文化工业的本质进行了深刻的剖析,并且指出其对社会的负面影响。

#### 一、后现代社会的文化消费特征

后现代社会文化的消费强调娱乐性、商业性、消遣性和休闲性。消费原则可能把任何经典文化、高雅文化产品拿来消解一番,消解其高雅性和精英性。使其成为大众咀嚼和言说的话题,失去其庄重和严肃。

第一,消费读物独占鳌头,后现代文化将是

没有名著和经典的时代。首先,名著应该是包含着多种意蕴、经得起时间考验的作品。随着消遣读物的猖獗,高雅文艺面临着覆没、堕落于低级感官刺激品的危险。经典文本赋予读者的感受是全面的,消遣读物只是单纯满足读者了解内幕、秘闻或佚事隐私等花边新闻的愿望,纯粹是一次性消费品,人们从中享受不到美感。其次,经典文本富有浓度性和层次感,须深入领会,方能品出个味来;消遣读物则平面化,满意悬浮于话语表面,阅后索然无味。再次,经典文本富有创造性,是艺术家在生活基础上的创造物,源于生活,又高于生活,而消遣读物只是单纯复制、摹写周围的生活事实,很难激起读者再次阅读的欲望。最后,经典文本是内容和形式的完美结合体,形式是不可或缺的,而消遣读物的价值只存

在于所述的故事上,是艺术形式的死亡。

第二,文艺经典文本被改编,后现代文化将是一个没有艺术名著的时代。首先是人们不再阅读名著,虽然购买名著,但主要用于装饰书架,而不是阅读。文艺作品丧失了读者的阅读,也就失去了生命力;其次改编热、缩写热,正肆无忌惮地践踏着艺术精品。它们的出现迎合了当代人的需要,即不愿劳神费力阅读名著,又想一知半解以作谈资。于是人们热衷于观看或阅读这种大众文本,反而拒斥原著。尽管改编或缩写对普及和扩大其影响具有积极意义,但这是以牺牲名著为代价的。文学名著也就是在这种过滤、蒸馏和稀释的过程中最终死亡了。在现代文化中,除了精英文化继续从各种俗文化中吸取有用之物外,又出现了相反的情况,这就是大众文化对精英文化的反向吸纳。大众文化不但在自己的轨迹上运行,而且也侵入过去属于雅文化的各个领域,并且粗暴地强制性地利用雅文化的各种材料、形式和主题,并将这些材料很快处理成流行的熟悉的和易于接受的东西。一些经典的文学作品和戏剧作品被改编成电视剧,严肃音乐的某些片段,用通俗音乐的演奏方式加以处理,或原本是阳春白雪的理论学术著作,被改编成学术小品或散文等等,都是这种现象的表现。经由大众化文化的特殊处理,雅俗的界限自然而然地消失了,原本不流行、不通俗甚至具有相当先锋性的文化现象,也变成大众易于接受的消费文化新产品了。

第三,后现代文化的消费也是娱乐主义和享乐主义,在享乐主义世界里充斥着时装、摄影、广告、化妆、电影、电视和旅行。这是一个虚构和梦幻的世界,追求的是有可能出现的、非现实的,而且一定是不费吹灰之力就能得到的东西。因此,消费主义不仅体现为广告及其对欲望的制造,也是整个社会生产、包括文化产品的重要动力。在市场经济下,不仅物质产品的生产受制于消费主义原则,而且文化产品的生产和传播也受制于消费原则,如电视剧的播出要与广告搭配,电视剧的模式也必须按照消费欲望化的原则来制作。

## 二、对“文化工业”的本质认识

如何看待后工业社会的文化消费主义法则,法兰克福学派立足于资本主义社会,将这种现象称为“文化工业”,并对之进行较为深入的批判。

第一,文化工业尽管表现出一种符合需求的表象,实际上仍然是由不合理的社会力量所控制。金钱是文化工业运转的枢纽和动力,它是存在的目的和根源。商人的力量在文化工业背后巍然屹立着,他们为自己的利益必须有意识为扩大消费者提供适宜于心理机制的作品。因此,在文化工业中艺术家必须迎合顾客的需要来创作,“自由创作”从何谈起?另一方面,现在顾客并非哪一个人,而是体现为文化市场的大众,但这个“大众”不是量的概念,不是真正的杂多,而是由海德格尔所说的丧失了个别性的“常人”所组成,是一个单一同质的集合单位。为了满足这广大的人们的同样需求,就必须处处要求有同样的商品,这就决定了文化工业的产品,其类型、内容和风格日趋单调和雷同。从这种齐一性、标准化可以看出,文化工业的产品本质上是一种商品而非艺术,而且是极平庸的商品。

第二,文化工业已丧失了艺术的超越性精神,立足于世俗的基础。精英文化不可避免地具有乌托邦的色彩和超越的意识,一般都与社会保持一定的距离而对社会进行审美的审视。如阿多尔诺说:“艺术和所谓的古典艺术恰恰在于它的无政府主义的表现形式,它始终是人类面对飞扬跋扈的制度、宗教和其他方面的压力的一种抗议力量。”<sup>[1] P405</sup>这种艺术与日常秩序间的基本裂隙,曾在艺术异化中保持开放。现在却被前进中的技术社会逐渐封闭起来。<sup>[2] P50</sup>艺术与它蔑视、排斥并努力超脱的社会同化,被吸收为社会的必不可少的一部分,用来对社会进行粉饰或调剂。它不再是象阿多尔诺所赞赏的那样通过否定的中介来反映社会,而是取消了与社会的距离,是否定性的消解。因此在文化工业的作品中,最普及和流行的是娱乐消遣品即轻松艺术。在高度专业化和分工日细的现代社会,富余的金钱和闲暇不能使人完全改变它的社会角色,但却能通过消费娱乐来松弛一下自己紧张的身心,恢复体力和精力,忘却自己的烦恼和痛苦,从而可以继续无动于衷地作为一个无意志的齿轮和工具在社会生活中有效运转。大众社会对娱乐的迫切需求使娱乐取代艺术成了文化工业的原则。它恰恰反映出所提供的令人轻松愉快的娱乐消遣中,意术的精神和生命已经灭亡了。

第三,就艺术技巧论,所有文化工业的作品

都是以完善的技术为后盾的。与古典作家相比较,当代文化工业体系中一些创作人的作品往往十分粗糙,但借助先进的技术装备,文化工业对这帮作者起到一种驯化作用。例如,设备先进的录音棚,常常使那些根本没有受到专业训练也并无多少歌唱天赋的歌手,一夜之间成为歌星。这也说明,文化工业的产品,其完善都是技术使然,没有太多的艺术价值。文化工业只是使艺术品的仿造和复制批量化,使人人都能得到赝品。把文化工业的时代称作“机械复制的时代”是再恰当不过了。

第四,由上可见,文化工业中的创作必然走向程式化,程式化的创作又必然带来语言的限制,这点在阿多尔诺和霍克海默的著作中也得到揭露。为了保障一种被称作是“风格”的程式各个创作门类都积极为自己确定了一套规定语言。如爵士乐,就有着自己特定的五音阶调式,与众不同的节奏类型和即兴演奏手法,任何古典大师的杰作,都可以被它改编得面目全非。这种语言和风格上的“特色”,不仅体现在作品中,而且会由文化工业的宣传、推销、渗透到社会大众中,使整个民族不自觉地学会使用这种语言。他们指出,这种语言根本无法与丰富细腻的传统民间语言相比,它只会削弱民族语言的表现力,破坏民族语言的优美和纯洁。

### 三、“文化工业”对人类的负面作用

上一部分是法兰克福学派对文化工业所作的艺术批评。进而他们讨论了一个更为严肃的问题:文化工业究竟是否有利于人类的身心发展?

第一,法兰克福学派认为,文化工业的存在和发展是资本主义衰退的标志,是一种严重的异化现象。它首先表现在个人在大众传播媒介的包围、改造下,日益失去自己的头脑和判断能力,称为纯粹被动的文化受众和消费者。表面上是大众在塑造大众文化,而实际上是大众被大众文化塑造。文化工业中的一切娱乐活动都呆板无聊,不仅剥夺了消费者的思想,也剥夺了他们的感情和主体意识,使它成为一个与主体的本质相

参考文献:

- [1] 现代美学新维度[M].北京:北京大学出版社,1991.
- [2] 马尔库塞:单面人[M].长沙:湖南人民出版社,1987.
- [3] 江天骥:法兰克福学派[M].北京:人民出版社,1989.

背离的物化存在。

第二,凭着对娱乐手段和媒体的垄断控制,文化工业进而具有了操纵大众的日常生活直到内心意识的权力。一方面,文化工业的先进手段使得“那些为了某些特殊的社会利益,从外部强加于个人的需求”不断大量生产出来,特别是所谓“强迫性消费”。在大众传播媒介的诱导下,人们在消费过程中不断得到一种虚假的满足。另一方面,在这个社会里,私人天地几乎全面受到广告和技术合理性的侵犯,甚至“私人家庭也被一体化的公共舆论所侵入,卧室都对大众传播媒介公开化。”<sup>[3] P16)</sup>公共生活更是如此:“公共运输工具、交通、电话工具、住房、食物、服装等商品,以及无法抗拒的文娱新闻产品,伴随着他们的是已经规定好的观点和式样……”<sup>[3] P33)</sup>这种渗透首先通过做广告:文化工业的广告关系到人的日常生活,所以它可以不遇丝毫抵抗就进入人们的私人生活,在不知不觉中将其完全改变,使之达到逐渐划一。再也没有个人自己的思考与判断、选择和拒绝。

第三,文化工业与其他的社会控制手段相结合,使社会成为一个超稳定的、单调凝滞、死气沉沉的社会。人们的生活是清一色的:“住的是集中在一起的公寓房间、乘的是不能自由活动的小汽车,家中电冰箱里充斥的是一式一样的冰冻食物,看的是千篇一律的报刊杂志。”<sup>[3] P212)</sup>甚至小孩在未入学前,就以通过电视、广播等传播途径接受了工业化统治所散布的意识形态。在这样的控制体系里,人的存在“仅仅是一种材料物质的存在,它自身没有自己支配自己运动的权利。”<sup>[3] P196)</sup>

法兰克福学派对“文化工业”的批判虽不无偏激之处,但必须承认他们揭示的文化工业产品艺术水准低下,大众文化压抑人的个性发展,造成人的异化,这些都是现代社会中的现实,对我们冷静认识迅速扩张中的中国文化工业也是具有相当警示意义的。同时,我们必须警惕文化工业的恶性膨胀,否则必将导致真正文化与思想日渐式微。