

探析新形势下文化业发展的瑕疵

——以法兰克福学派文化工业批判理论为鉴

张昆鹏,王亚蕊

(华南师范大学 政治与行政学院,广东 广州 510631)

摘要:“十三五”规划中明确指出繁荣发展文化是我国经济发展的一个重要着力点,也是提升国力的必要战略。文化发展问题备受国家领导人及公众瞩目,近几年文化产业也取得了非凡成就,但社会主义市场的扩大及文化体制不完善等,使我国文化发展中隐含的普遍资本逻辑、泛娱乐化、商品化、主流操控等问题凸显。现实呼唤法兰克福学派的文化工业批判理论,虽然它已走过了其理论典型语境,但并非昨日黄花,它的某些批判活力与精髓对当今我国文化发展仍然具有借鉴和警示意义。

关键词:文化业;大众文化;文化产业

中图分类号:G20 **文献标识码:**A **文章编号:**1001-7070(2016)04-0051-05

“在我们这个时代,经济对总体的其他方面的依赖——政治、社会、文化和心理——已变得如此明显,以致不容忽视了”^①。然而在21世纪却是另一番景象,政治、社会、文化等所有方面都与经济难舍难分,这并非是“经济决定论”情结,而是资本或金钱逻辑的运行现实使我们无法视而不见。文化,在坚持精神现实与坚持物质现实之间的冲突不可避免的上映。历经“十一五”和“十二五”的发展,打造文化强国、提升文化实力的日程自然延伸到“十三五”的宏图上,然而文化与经济的交融互促发展及文化经济一体化趋势是否利于我国的长远、健康发展?会不会出现法兰克福学派所极力批判的“文化工业”现象,导致文化与人的单向度异化发展?细观目前我国文化发展,已有某些现象与该理论批判的文化弊端相契合,我们更该反思,让理论发挥在当下仍有的警示与参考价值,也可减少文化建设与发展中的曲折坎坷。

一、界定:文化工业、大众文化与文化产业

(一)三者概念之界定

文化工业是法兰克福学派对西方现代文化危机反

思及对大众文化生产的一种批判,其理论典型语境是二战前后的德国和美国。“文化工业”一词,最早由阿多诺和霍克海默合著的《启蒙辩证法》(1947年出版)中使用。它不是“文化”与“工业”的简单相加,而是借助现代科技手段,大规模复制、传播文化工业产品的娱乐工业体系;它是以市民大众为消费对象,以标准化、技术化、产业化、商品化为标准,以齐一性、重复性、虚假性、欺骗性、操纵性、辩护性为特征的现代文化形态,本质上是一种“反文化”。^②

大众文化在法兰克福学派原初使用意义上,是指不同于传统的“精英文化”“高雅文化”等文化现象,仅“大众”一词就包含着无知、庸俗、偏见、非理性之意,出于精英主义文化立场,“他深信大众文化整体上是一种综合性的混合物,这种杂烩是从上面被玩世不恭地强加给大众的”^③,而大众的反叛玷污了文化的圣殿。尤其是现代大众文化,并非服务于大众的通俗文化,而是于闲暇里控制、操纵人的思想和情感,压抑、抹杀人的个性,平息、消除人的反叛意识,维护和巩固现存社会秩序的“社会水泥”。可见,“大众文化”是对所谓的粗俗和市俗的文化状态的贬称。客观讲,“大众

收稿日期:2016-04-12

作者简介:张昆鹏(1988-),男,河南人,华南师范大学政治与行政学院硕士研究生,研究方向为中西方经济对比;王亚蕊(1991-),女,河南人,华南师范大学政治与行政学院硕士研究生。

文化”的涵义现在有了很大的发展,“意指在工业社会中产生的、与现代市场经济相适应的都市文化、市民文化。大众文化是现代商品文明和工业文明相结合的产物,它是社会生产力、市场经济、科学技术及其相关的社会结构发展到一定阶段的必然,也与城市的繁荣以及大众消费社会的形成有关。”^④

文化产业是“文化工业”在当今中国语境中的变迁,通常指从事文化产品的生产、流通和提供文化服务的经营性活动的特殊性产业门类的总称。其特征是以产业作为手段、以文化作为资源来进行生产,向社会提供文化产品和服务,目的是为了满足不同人民群众日益增长的精神文化生活需要。它不是法兰克福学派尤其是尖锐的阿多诺所批判的那种欺骗、虚伪的操控文化,虽然与意识形态不能完全撇开,但它为大众服务、为社会主义服务的特征是显著的。

(二)新形势下三者关系之梳理

“十三五”规划中提出把社会主义发展成果由人民共享作为发展理念之一,把提升国民素质和社会文明程度作为目标之一,所以正确处理文化产业、大众文化和文化工业之间的关系至关重要。

新形势下三者的关系是大众文化的发展需要文化产业的支撑,而文化产业必定脱不开工业化的生产模式。市场经济的一大功能就是促进社会化大生产,而工业化又是社会化大生产最显著的特点。随着时代进步、市场经济被普遍接受、全球市场的形成,社会化大生产成为不可阻挡的潮流,为解决满足大众精神文化需求的重要任务,大众文化必定会日益繁盛。但工业化的趋势会将文化纳入到其大流或说工业化必会进入文化领域,就不可避免会出现“文化工业”,将文化作为一种商品进行批量复制生产传播,使“商品拜物教”的烙印打在文化产品上,这是在资本逻辑和技术双重保障下实现的。在我国社会主义国家提出的文化产业,避开了文化工业的批判锋芒,但在市场经济下,市场的“求利”性也使其带上了金钱色彩,虽然它是为了满足大众需求,但它的生产制造也多少沾染了“文化工业”的韵味。

二、批判:现当代我国文化产品的瑕疵

阿多诺对文化工业的不留情面、精彩的批判使他成为法兰克福学派的一代宗师,他对20世纪西方文化危机的反思显示了其理论强有力的批判力度。借鉴其理论,对比当下的文化发展,可从四个方面对全城

热恋的文化进行剖析。

(一)文化产品的标准化、普遍化

社会进步的一个明显特征是分工的细化,然而,文化并非像社会分工一样开化明晰到分门别类、各美其美,反而呈现加剧的统一化,给一切事物打上了同样的印记。电影、广播、杂志等不同的文化内容却组成了一个千篇一律的体系,文化工业产品的标准化特征在当下表现出清晰之势。所有的文化受制造商的意识操控在文化工业镜像下进行生产,流行音乐、电影明星以及肥皂剧都有着僵化不变的模式。伴随着整个社会被卷入资本逻辑的漩涡中,文化制造日益技术化、效率化、规模化、普遍化。

流行歌曲基本都如出一辙,来迎合听众养成的习惯。所谓的“神曲”,诸如前段时间红得发紫的《忐忑》《法海你不懂爱》《金箍棒》和近期新作《小苹果》等,这些“艺术作品”如何得以吸引大众并风靡开来,响彻中国各地大街小巷之余,甚至走向全球?它们似乎是用个性和创新包裹起来的艺术新作。另一方面,似乎又说不清真正的个性所在,陷入了“标准化”与“伪个性”的相互裹挟。再说影视剧,几乎所有的电影都不可避免地涉及一些有关性的话语及情节,触动人心的情感触碰仅限于看的时刻,过后一切都会烟消云散,而你能记得的只是所有电影中基本都有的爱情、无厘头情节。电视剧、报纸等也如此。以工业化生产方式生产,并借助于大众传播媒介传播,最终在大众消费中实现利润的标准模式使“整个世界都要通过文化工业的过滤”^⑤。

(二)文化产品的娱乐化、商品化

精英主义意义上的文化与作为整体生活方式的文化之间的冲突是脑力与体力劳动分工的产物,作为文化精英,阿多诺认可按康德美学之类的方式来抽象地区分超脱于利害关系的高级文化环境与较低级的人类需要与利益,否认整个真实文化中的享乐主义因素。他认为“文化工业是将数千年来泾渭有别的高雅文化和低俗文化,硬性捆绑在一起,结果是“为求效益,高雅文化的严肃性被摧毁殆尽;而为文明计,低俗文化原有的那种离经叛道本能,也给磨平了棱角。结果只能是两败俱伤。所以无论对于高雅文化还是通俗文化,“文化工业”肯定都不是福音”^⑥。

“文化工业的全部实践就是将盈利动机赤裸裸地转移到文化形式上”^⑦。它将艺术带进消费领域,而艺术一旦与商业联姻,随即就会畸变为满足大众欲望的

消费商品之一。这样,艺术创作的自主性被资本逻辑所吞噬,成为待价而沽的商品,自身不可替代的独特性沦落为可以无限转化的可复制性,交换价值将使用价值作为自身的“附属品”。阿多诺不承认文化工业的产品是艺术品,“(那时艺术品已变成商品)从一开始它们就是作为在市场上销售的可替代的项目而被生产出来的。他声称,艺术与广告技术之间的差别湮没了。因为文化产品之创造出来只是为了交换,而不是为了满足任何真正的需要。”^⑧而反观当下,我们的文化产品所包含的娱乐性是无所不在的,几年前“超女快女”“超男快男”到近年的《中国好声音》《中国好舞蹈》及那些相亲类《谁能百里挑一》《非诚勿扰》等节目,看似是提供了一个展示个人的平台,但娱乐化却是显而易见的。以激起大众对娱乐的无休止的需要阻塞大众思考现实人生的通道,以前的艺术是对人自身生存状态及当下社会环境等的一种反思或再现,而现在的艺术、文化则充斥着赚钱的欲望,只要有市场、有消费群体,那么就可以生产且是批量生产。语言文化也受到网络冲击,如“亲”“可耐”等这些用语很快被公众习得并运用到日常生活中,不知此究竟为进步时尚呢还是语言领域的悲哀?

(三)文化产品的欺骗性、控制性

文化工业更于无形中操纵着大众的审美取向及日常生活,有意识地将个体裹进总体性社会控制的网中。“它通过娱乐活动进行公开的欺骗,这些文娱活动,就像宗教界经常说教的,心理学的影片和妇女连载小说所喋喋不休地谈论的,进行装腔作势的空谈,以便能够更牢靠地在生活中支配人们的活动。”^⑨还以许愿来欺骗受众,给他一个暂时的满足,又让他们随时跌入冷酷的现实生活,日常生活被描绘得如天堂般,以此形成人们得过且过的思想。这表面上似乎满足了消费者较高层次的需求,实质上却用一味肯定与屈从现状的单向度文化,使人的感受力麻木、创造力消解、反思与抵抗能力抹杀,维护资本主义生产关系乃至社会关系的再生产,体现了其欺骗性与虚假性。

此外,其运作系统中关键的现代传媒,以影视、网络、广播等为主体的高科技媒介已经渗透到社会生活的一切时空领域,发型、饮食习惯、休闲方式乃至日常习语,都被现代传媒所诱导和训练。所以,沉浸在五光十色娱乐中的人,具有的是伪个性,他的存在与活动不具有自在意义,而是自觉或不自觉地认同现状并模仿,通过与现存的生存状况以及生活方式保持一致向普遍

性转化,所以并非真正自主、自由的个体。使统治阶级的暴力统治转化为合理控制变得可能,从而在个体与社会之间达成一种“虚假”同一。联合科技手段,官员们通过“灌输”“宣传”“教育”等成功地操纵大众意识系统,使之丧失自由、独立的决断能力,在文化工业复制品面前主体瓦解、个性丧失,社会控制轻松实现。

(四)文化产品的广告化、媚俗化

文化工业还突出地表现为现代广告无孔不入。广告文化在一定程度上制造并引导着社会大众的需求,改变人们的消费、生活方式,甚至影响、支配着人们的思维和判断。它拥有一种隐蔽而强大的使你相信这个世界确如广告所说的那样真实的心理暗示力量,甚至是支配人们闲暇时间与幸福的力量。

当今随处可见铺天盖地的广告,还有一种奇怪的现象,大家反而更易怀疑没贴广告标签的东西,担心没被宣传过的东西会不会用了、吃了有问题,商品的普遍性及个人接触量的有限性之间的差别使得人们没有办法了解所有商品,广告就是商家间接推销的绝妙选择。体制迫使每一个产品都使用广告,广告在今天变成了一种自我推销的艺术,过去“酒香不怕巷子深”的自律开始转向他律。在文化工业这一体制化、总体化力量的诱迫下,靠着拼贴与复制而肆意蔓延的大众文化与流行艺术借着这自荐术粉墨登场。所以,墙壁张贴、广播宣扬各种广告手段活跃在当下。

然而,精确信息的泛滥、枯燥游戏的普及,会提高人的才智,也使人变得更愚蠢。精神的本质在于对物化的否定、在于自由思考,可一旦精神变成了文化财富,被用于消费,精神就会走向消亡。人的物化使人性堕落,人性堕落又会加剧他的物化,两者相互促进,陷入怪圈。在这不断颓败的生存境况下,人的精神活动也因丧失其对物化的否定而日趋媚俗化了。所以,在人们的物质生活告别匮乏、精神生活日益走向相对丰富的时候,反观人类自身,却没有进入真正的解放状态,反而深深地陷入不自由状态的泥潭。

三、批判之批判:阿多诺文化工业批判理论的局限

阿多诺的批判有合理与精彩之处,但也有偏颇,我们要看到并反思其局限之处,增强建设社会主义文化强国的信心与能力。

(一)时代条件语境的局限

阿多诺生活的时代是20世纪,其理论成长土壤是晚期资本主义文化时代,那时垄断正大行其道,法西斯

集权主义的形成以及发展是当下发生的大事,他以德国和美国为观察对象,对文化工业的规模生产,并以此控制人们的极权思想意识特别反感,而商品拜物教与科技的联手、对利润的狂热追求、对艺术的利欲熏心等是他们所看不惯的,也正因为如此,他们的批判力度才会那么到位。然而,在我国处于社会主义的发展环境中,现代科学技术生产力还没得到高度发展与普及;市场经济刚刚起步,并逐步走向规范化,市场是无形的手,但我们还留有“有形的手”去防范控制;我国的大众文化有其传统与现代相结合的内涵,文化产业具有意识形态与产业双重属性,这一切都说明我国的文化发展状况与法兰克福学派所处的时代及环境有极大不同,我们不能生搬硬套,要客观看待其失去批判力的部分,也要重视仍有警示意义的部分,以帮助我们认清文化发展中的问题。

(二)主观立场的局限

阿多诺及法兰克福学派其他几位代表人物,都接受了良好的教育,属于文化贵族,他们以文化精英的立场,以一种优越感高居于大众之上,对文化工业进行了严厉批判,强调文化艺术与媚俗、科技与人性的对立,以先验的道德伦理价值观来衡量艺术和文化生产,所做的是一种政治道德价值判断而不是审美判断,由此使得其理论严重滞后于文化艺术与时代的发展要求。他对科技文明、工业文明发展给文化和社会带来的进步选择了自动屏蔽,过重强调人性与科学发展的反比关系,采取悲观绝望的态度,正如阿多诺所言“除了绝望能拯救我们外就毫无希望了”^⑩。因此其批判饱含浓重的消极色彩,没能提出填补当代和未来之间鸿沟的解决之策或对未来形成积极构想。

(三)对艺术单向理解的局限

他们视艺术的唯一功用就是否定、超越现存世界,进入审美的、自由的艺术世界,这只是想象般地构建起一个通往自由美好的乌托邦。他们对文化标准化、伪个性化、庸俗化,对其过分追求利润的商业化倾向、迎合大众低俗审美趣味的批判,准确指出了文化工业所存在的弊病,这些弊病暴露了文化工业体系中艺术生产的许多先天不足,然而也忽视了艺术生产的积极作用,哪怕是经过机械复制的艺术品,只要艺术真正走向大众,就是一种进步。他们完全从意识形态方面看待文化工业生产,将艺术的社会作用扩大化并且消极单向化。就当今事实看,发展文化产业,是人们日益增长的文化、休闲、娱乐等的需求趋势所致,

“十一五”的发展已经试过水,它确实可以成为拉动经济发展的动力,选择发展文化工业是基于经济建设、文化市场等之类的现实实践动机,具有合理性。同时,任何人也不会是一个完全理性人,商家是被利引,但消费者的经济行为中也有审美因素、休闲因素、娱乐因素等感性因素,文化产业是为了使人们摆脱枯燥、单调的状态,也利于人们的身心健康。艺术生产中企业是为追求利益,但也传播了文化、带动了文明,也是社会利益与企业利益的一种互动。所以,要看到文化工业发展了审美的共同性空间这一面。

(四)小觑消费大众的判断力与欣赏力的局限

斯图亚特·霍尔有一句名言:“普通大众不是文化白痴”。^⑪然而在文化批判理论中,阿多诺太过于强调统治者对意识形态的控制,大众是被动的接受、消费伪个性化和标准化的低劣文化产品,并按照主流的要求去做,这也是一种偏差。标准化、伪个性化这些用语会使我们对大众文化形成先入为主的坏印象,但文化产业的性质与流水线上的工业商品生产是不一样的,我们身边充斥着各种广播、影视所传播的文化现象,但是我们还是有自己的经验、判断与选择,21世纪的人毕竟是与时代的步伐一起走过的,启蒙是为了开化,但启蒙却变成神话,使人进入更愚昧状态,这是悲观论调。我们应该相信,虽然出现了一些问题,诸如经典颠覆、无底线演出等,但我们反思纠偏,会走在正道上的。

四、总结:我国文化业发展前景任务艰巨

在我国现在的文化产业语境下,文化工业理论的表面逻辑虽不同于阿多诺写作的年代,就其效果来看,某些地方竟神秘地如出一辙。他悲观的预言已飘逝远去,但他对文化工业的轨迹与弊端的深刻见地,今日看来虽有不快,却还是适当其时。它对我们仍有一定的警醒作用,诸如文化产业发展过程中如何解决企业利益与真正满足大众需求问题;如何解决科技与人性共同发展;如何创造尽可能多的文化产品解决供需矛盾同时又使艺术的价值保存与体现;如何实现批量生产与创作家的个性想象力得以和谐;文化的人类学意义与精英意义如何和解及物质现实与精神现实逻辑的竞争等等,这些都是我们使文化变成国民支柱产业及“走出去”要解决好的实在问题,只有这样,才能顺利建成社会主义文化大国与强国,实现“十三五”规划中的共享理念、提升国民素质与社会

主义文明的目标。

注 释:

- ① [美]马丁·杰著,胡湘译.法兰克福学派的宗师——阿道尔诺[M].湖南人民出版社,1988年9月第一版,第97页。
 ② 陈文旭.阿多诺“文化工业”批判理论及其启示[J].北京交通大学学报(社会科学版),2014(1):87-92。
 ③ [美]马丁·杰著,胡湘译.法兰克福学派的宗师——阿道尔诺[M].湖南人民出版社,1988年9月第一版,第148页。
 ④ 李春媚.文化产业·文化工业·大众文化——涵义与功能的廓清[J].湖湘论坛,2009(1):66-67。
 ⑤ [德]霍克海默,阿多诺著,渠敬东,曹卫东译.启蒙辩证法

[M].上海:上海人民出版社,2006:113.

- ⑥ 同上,第107页。
 ⑦ 陆扬.文化工业批判的再批判[J].社会科学,2011(2):180-186。
 ⑧ T. W. Adorno, *The Culture Industry*, edited by J. M. Bernstein, London and New York: Routledge, 1991: 99.
 ⑨ [美]马丁·杰著,胡湘译.法兰克福学派的宗师——阿道尔诺[M].湖南人民出版社,1988年9月第一版,第151-152页。
 ⑩ 转引自范希春.论法兰克福学派文化批判理论[J].山东师大学报(社会科学版),2000(6):79-83。
 ⑪ [美]马丁·杰著,胡湘译.法兰克福学派的宗师——阿道尔诺[M].湖南人民出版社,1988年9月第一版,第96页。
 ⑫ 转引自陆扬.文化工业批判的再批判[J].社会科学,2011,(2):180-186。

Analysis of the Development of Cultural Industry in the New Situation

—— Taking the theory of Frankfurt School's cultural industry criticism for reference

Zhang Kunpeng, Wang Yarui

(School of politics and Administration, South China Normal University, Guangzhou, Guangdong 510631, China)

Abstract: "13th Five-Year" plan clearly points out the development and prosperity of culture is not only an important point in the economic development of China, but also a necessary strategy to enhance the strength and shape good international image. In recent years, the cultural industry has made great achievements. However, due to the expansion of the socialist market and imperfect cultural system, there exist some problems. The reality calls for the Frankfurt School's critical theory of cultural industry, because its criticism and essence still have reference and warning significance for the development of Chinese culture.

Keywords: culture; popular culture; cultural industry

(责任编辑:韦国友)