

# 试论法兰克福学派文化工业理论的传承与嬗变

毛云聪 中国传媒大学文化发展研究院

**摘要：**法兰克福学派最开始提出文化工业理论主要是用以批判资本主义社会下大众文化的迅速商品化及标准化，为工业复制时代造成的大众文化泛滥以及艺术严肃性的丧失而忧思。而现代的文化产业则非常重视大众文化的产业化，文化和创意产业得到普遍认可。从文化工业到文化产业，传统的文化工业理论在时代的更迭中已经有了新的内涵，具有更为深远的意义。

**关键词：**法兰克福学派；文化工业；文化产业；大众文化

法兰克福学派对于文化研究最主要的贡献就在于对文化工业的批判。资本入侵文化领域进而催生一种以工业生产方式来制造文化产品的行业，成为资本获取利润的手段。法兰克福学派敏锐的意识到了这种依托大众文化而进行的标准化工业生产和复制，对标准化工业产品是否会导致艺术的丧失和人的迷失展开了激烈的讨论。文化工业作为 20 世纪的独特现象，导致了文化的商品化和消费化，也使传统的文化观念、文化生产方式、接受和消费方式以及作用方式，发生了质的变革。文化工业与文化产业虽然仅一字之差，但这背后代表的是现代人接受文化的工业化和标准化生产的事实，以及对文化产业发展方式和文化经济价值的认同。

## 一、法兰克福学派有关文化工业的两种态度

### （一）《启蒙辩证法》中的文化工业

文化产业概念的最初来源就是法兰克福学派的“文化工业”理论。文化工业理论最早由法兰克福学派代表人物阿多诺和霍克海默在其著作《启蒙辩证法》的“文化工业：作为大众欺骗的启蒙”一章中，第一次系统地、分析性地使用“文化工业”这个概念。然而两位学者对“文化工业”这一概念并不是持乐观态度，而是对大众文化持批判、否定的态度。“阿多诺与霍克海默对美国 20 世纪 20、30 年代的大众文化进行了入木三分的严厉谴责，对为他们提供避难所的社会的大众文化也进行了严厉谴责。”

阿多诺和霍克海默认为，文化工业是凭借现代科学技术手段大规模地复制、传播商品化了的、非创造性的文化产品的娱乐工业体系。他们认为文化工业产品具有同质性和可预料性，“电影、广播和杂志共同组成了一个不论在整体上还是每一个部分都很一致的体系……所有的大众文化都是同一的”文化产业本质上就是商品化了的文化，使艺术沦为商品，失去了文化所特有的内在魅力和独创性，而是具有商品拜物教性质和文化产品的标准化。

文化工业在追求利润和文化同质性的过程中，剥夺了“真实”文化的批评功能，即其否定——“（它的）大拒绝（Great Refusal）”的方式。商业化将“真实”文化变成另一种文化商品，使之变得太浅显了，从而降低了“真实”文化的价值。这是阿多诺和霍克海默之所以批判文化工业的重要原因，是精英文化与大众文化之间不可协调的矛盾，是所谓的艺术价值和意义的丧失。法兰克福学派对文化工业的评判开启了文化评判的潮流，他们详尽揭露了大众文化的消极作用，对大众文化的平民化趋向采取激烈的排斥态度，站在所谓精英的立场上表现出对精英文化的捍卫，守旧意识太过明显。

### （二）机械复制时代的艺术作品

《机械复制时代的艺术作品》是由法兰克福学派代表人物本雅明在 1935 年所著。《机械复制时代的艺术作品》先于《启蒙辩证法》问世。然而本雅明在《机械复制时代的艺术作品》中对有关文化的工业化生产问题却表现出与阿多诺和霍克海默截然相反的态度，对机械复制时代的文化艺术品生产这一问题持乐观而积极的态度。本雅明主要是通过对艺术作品复制历史的追述，以及对摄影和电影两种以机械为中介的艺术形态的探讨，来分析机械复制时代艺术作品的特征。

一是在艺术作品的产生过程中实现的，即“灵光”的消逝，“灵光”是此时此地独一无二的真实性与权威性，不可接近的神秘性。“灵光”的消逝实际是传统艺术感受方式的消逝，与之相对应的是艺术品从高高在上走向人们的日常生活。二是在对艺术作品的欣赏方式上，大众“散心”的感受方式取代了艺术所要求的“专心”。机械复制技术使艺术作品从祭典仪式的功能转向展示的功能，使艺术作品走进人们的日常生活之中。本雅明认为这是“艺术品有心想接近广大群众”，而参与人数的大量增加改变了参与的模式，从其中萌生了对艺术作品的新的态度。

七十多年前，在本雅明写下论文《机械复制时代的艺术作品》时，正值欧洲进入工业文明时代，复制技术的发展也跨越到一个新的层面。机械复制技术的革新并强势地介入艺术领域，改变了艺术传播的原始语境，它使艺术的“灵光”开始消失，艺术价值从原初的“崇拜价值”过渡到“展示价值”，“这些复制技术本身也以全新的艺术形式出现而引起注目”。尤其值得注意的是，本雅明提到“愈来愈多的艺术品正是为了被复制而创造”。过去艺术作品具有独一性、神秘性与权威性，它总是会归属于一定的传统关系中，然后服务于崇拜仪式。现在不仅这种关系被打破了，而且艺术作品将越来越为了能够复制而生产了，它改变了原先艺术生产的哲学。

## 二、产业时代的文化与文化产业

文化工业与文化产业在核心内容上是一致的，区别则在于不同时代背景下，人们对这一概念的认可和接受程度。短短 60 余年，人们对文化工业的态度产生了截然相反的转变，从最初的法兰克福学派对文化工业的批判、质疑和忧虑，到现在世界各国对文化产业的普遍认可与重视。除了文化产业本身在不断的摸索中发展外，产业时代的到来也使得人们越来越意识到发展文化产业的价值，经济结构的调整和生产方式的转变也凸显了文化产业无污染、高附加值、双重效应等优势。

今天的文化产业发展更适合用马克思“艺术生产”的理论作为佐证，立场不在于文化工业理论所关心的文化或大众文化领域，而在于“产业”，探讨文化产业的商业特征，着重于经济属性。联合国教科文组织对其进行了重新定义，“文化产业”通常是指这样一些行业，它们“综合了创作、生产、销售的内容，本质上不可触摸且与文化有关。这些内容一般需要通过版权来保护，并通常以产品或服务的形式出现”，新的定义更多的强调文化、科技和工业相互融合形成的产业体系，侧重于实用角度。现代意义的文化产业应该包含至少两方面的含义：文化的产业化及产业的文化化。前者将文化作为产品生产，后者将产业用文化提升附加值。在文化产业化的时代下，文化、市场和技术之间是水乳交融的，产业形式下的文化，是文化与市场之间博弈的结果。

### 三、从批判到认可：两个时代的裂变与呼应

#### （一）文化与文化产品的两次裂变

在技术推动下，文化产品经历了两次裂变。首先是从独立艺术作品到工业生产的艺术作品，这次裂变使艺术作品的生产发生了革命性的变化，正如本雅明所说“有史以来第一次，人类的手不再参与图像复制的主要艺术性任务，从此这项任务是保留给盯在镜头前的眼睛来完成”。其次是从工业生产的艺术作品到文化产品，复制的程度和复制的重要性都得到了提升，同时商业运作和市场规律介入其中。这点从艺术作品的机械化和标准化生产与现代文化产品的比较中得到体现。

然而技术带来的变革更深层次的裂变是在文化层面的，与文化产品的裂变相对应的，工业复制技术上的变革同时也带来文化层面的变革。在工业复制时代，文化突破了精英文化的层面，进入到了大众领域。而到了数字网络时代的今天，文化的产业化发展愈加成熟，文化不仅进入到大众领域，并且在商业和媒介的介入下，越来越表现出与大众生活的不可分割性，这更加凸显了大众文化存在的广泛基础和巨大的发展潜力。

#### （二）大众文化在产业时代的新生

六十多年后的今天，在文化产业化之后，大众开始更为深刻地影响文化，文化与大众的日常生活更为紧密地联系在一起。商业运作和市场规律将文化和大众充分的融合在一起。文化产业背景下的大众文化直接托生于大众生产、生活和消费中。考量大众文化不能离开文化产业，我们可以回归到对文化产品的特征来分析大众文化的特点。

第一，大众文化依托于商品的形式，融入于大众日常生活中。文化产业就是致力于把文化转化为产品，除了以电视剧、电影等以媒体形式输出的，还有以诸如时尚服饰、生活用品等商品实物输出。这一切使大众文化深深植根于大众的日常生活中。第二，大众文化是对大众心理诉求和大众关注的一种反应。文化产品的消费受文化消费心理的影响，与普通商品不同，文化产品对大众文化心理需求的关注也是大众文化的重要特征。第三，媒介与技术对大众文化的形成与发展具有推动性的作用。技术的进步，带来了媒介的革新，大众话语权得到扩展，人们有更多的机会表

达自身的观点。

由此可见，大众文化作为一种文化形态，其所反映的不是任何空中楼阁的东西，而是紧接地气，根植于普通大众柴米油盐的生活反映大众诉求的东西。这种文化形态是文化走向大众的过程中，文化被作为文化产业的文化资源——文化与大众博弈的结果，推动力就是技术的进步与媒介的发展。在产业时代，大众文化已经深入人心，人们意识到了大众文化存在的根基和潜在的经济价值，依托大众文化进行的文化产业必然具有广阔的发展前景。

#### 小结

任何事物都是在不断变化中发展前进的，自法兰克福学派开创性的提出文化工业理论至今 60 余年的时间，文化工业理论在实践上和认知上都出现了巨大的变化。从法兰克福学派对文化工业的批判到现代社会对文化产业发展的认可，文化工业理论在时代的发展变化中已经产生了新的内涵，形成了自身的发展模式。产业时代的到来，使得人们更加重视文化的经济功能，而不再将目光聚焦在对文化本身的辨别和批判上，精英文化与大众文化能够共生共荣，二者的界限也逐渐模糊。当年站在精英立场上的法兰克福学派所批判的大众文化在当今时代已经得到人们的普遍接受和认可，大众文化与商业模式找到了有效的结合点，使大众文化以产业化和商品化的形式直接渗透到人们的生活中去。从文化工业到文化产业，文化本身的工业模式没有变，变得是人们对文化工业模式的态度，以及对文化经济价值与社会价值的珍视，这是市场的规律，也是这个以经济发展为核心动力的时代所做出的必然选择。

#### 参考文献：

- [1]叶志良.大众文化[M].上海文艺出版社, 2003.
- [2]John Docker.后现代与大众文化[M].北京大学出版社, 2011年.
- [3]马驰.异中有同的文化研究路径——法兰克福学派和伯明翰学派比较研究[J].黑龙江社会科学, 2010(02)
- [4]Theodor Wiesengrund Adorno, M. Max Horkheimer, Dialectic of Enlightenment[M].New York: Herder and Herder, 1972.
- [5]约翰·斯道雷.文化理论与通俗文化导论(第二版)[M].南京大学出版社, 2006.
- [6]瓦尔特·本雅明.迈向灵光消逝的年代[M].广西师范大学出版社, 2008.
- [7]凌玉建.论艺术生产的产业化转向[M].中国社会科学出版社, 2012.
- [8]赵毅衡.现代西方批评理论[M].重庆大学出版社, 2010.

#### 作者简介：

毛云聪，男，1990年12月19日出生，汉，籍贯：陕西咸阳，学历：硕士。