

文化工业理论视域下我国大众文化发展的反思

高娟娟

兰州财经大学 甘肃兰州 730020

摘要：阿多诺和霍克海默阐述的文化工业理论批判了发达资本主义社会下商业化的大众文化，开创了大众文化批判的理论先河。不同于阿多诺等人所处的资本主义极致发展的垄断阶段，基于我国的国家性质，考察我国大众文化发展的现状，在阿多诺文化工业理论视域下对我国大众文化发展中存在的问题进行反思，通过防止资本无序扩张、加大文化审查力度、结合优秀传统文化再创新等措施促进我国大众文化更健康的发展。

关键词：文化工业理论；大众文化；人民性

在信息技术高速发展和大众传媒广泛普及下，大众文化早已成为大众生活的有机组成部分。虽然我国大众文化不同于文化工业理论语境中的大众文化，是在社会主义制度下发展并拥有其自身的特殊性，但从文化工业理论视域反思我国大众文化发展有其重要的意义，对我国大众文化健康发展将提供一个新的视角。

一、文化工业理论

文化工业理论产生于阿多诺和霍克海默对美国社会技术理性统治下的各种社会现象的反思，同时批判了发达资本主义社会下文化工业对人们思想的压迫和控制。

1. 文化工业理论产生渊源

20世纪三四十年代，美国资本主义社会此时得到长足发展并进入到资本主义垄断极致发展时期，商业化的美国社会让阿多诺产生了深刻的反思。阿多诺和霍克海默看到，过渡到垄断资本主义社会的美国已经不再是传说中自由的王国，垄断资本主义社会在文化领域的表现即是一种资产阶级的全面的文化控制，即美国社会自由发展的大众文化本质上是技术理性下的虚伪的包装，是通过技术理想与工业化生产的结合下通过大众传播媒介，对民众进行的一种思想和意识形态的控制。^[1]同时文化工业理论也受到西方非理性主义、异化理论以及卢卡奇物化思想的理论启迪。

2. 文化工业理论阐释

文化工业理论详细地论述了文化工业的特征并深刻地指出了其危害，认为文化工业下文化丧失了本真性，是对艺术本质的瓦解和取消，甚至可以进行无限生产和购买，堕落为一种文化商品。即文化工业本质上是一种对大众的欺骗，是被制造出的一种“文化消费的平等”的假象，是一种经济形式。这种文化“对人们真实需要视若无睹，以获取最大盈利为核心，以交换价值为指向，

其唯一目的就是生产出供人们购买和消费的商品”。^[2]

大众作为文化的需要者和消费者，本应该是围绕大众为中心而展开文化创造的，但在文化工业下，看似创造出为大众所需要的文化，但这种需要实质上是被操控的，是技术理性与资本权力连接下的产物，是有着统一图式的商品。阿多诺指出：“大众作为消费主体，商品售卖应满足大众审美需求。但在文化工业中，其自然会考虑千百万人被诱导的意识和无意识状况，但大众并非首要的，而是次要的。是被算计的对象，附属于机械化生产”^[3]。

虽然阿多诺文化工业理论中的文化工业不完全等同于大众文化，但总体上阿多诺与霍克海默面对大众文化的态度依然是带有否定意味的。他们认为大众文化是依靠工业技术大批量生产出来的，毫无艺术性和创造性的文化商品，是程式化的和极具操纵性的文化^[4]，这里阿多诺等人带有一种不可避免的精英阶层视角的缺陷，只看到了大众文化消极的一面，认为大众在统治者的意识形态下是绝对盲从的，否定了大众的主体性与大众的自主选择性。

二、我国大众文化发展的现状

大众文化的健康发展的最主要的目的是提高大众素质，在大众物质生活得到提高的同时丰富大众的精神文化生活。我国大众文化是在社会主义制度下发展的并拥有其自身的特殊性的。

1. 大众文化概念界定

文化工业理论中，文化工业是现代社会发展的直接产物，更多是强调出大众文化产品的标准化、程式化、欺骗性及意识形态统治性，是统一图式下发展出来的文化商品。大众文化在我国兴起于20世纪80年代，中国的大众文化虽然是从西方传入的一种文化形式，但基于中

国的基本国情因此我国大众文化拥有着不一样的特性与运作方式。首先，中国的大众是人民大众。大众文化是现代生活中普通百姓的一种文化需要和认同，是普通人的文化实践形式。其次我国大众文化的运作方式不仅仅完全是按照市场规律来运行，作为一个社会主义性质的国家，我国大众文化建设不能完全市场化，必须在充分发挥市场在配置资源中的决定性作用下，更好发挥政府的作用，必须坚持有效市场与有为相结合下发展大众文化。

2. 我国大众文化的特性

大众文化在我国发展过程中，既有大众文化发展的普遍性，又有扎根于我国土壤发展的特殊性。我国的大众文化是由人民大众自觉发生的、自下而上形成的一种文化形式。总之，我国大众文化的特殊性主要表现为人民性、包容性。

(1) 人民性

我国是社会主义国家性质，由人民当家作主，所以我国大众文化的突出特性就是人民性。人民性作为我国政治制度的突出特性，同时也是我国政治制度优越性所在，故我国大众文化不仅有数量上的“大众”意蕴，更有政治制度影响下的人民性质。从当今我国大众文化的发展现象中也可以看出，大众文化扎根于广大人民，取材于人民日常生活，围绕当前社会生产生活方式进而揭示某些社会问题、提倡人民所关切的理念、展示人民生活生产。

(2) 包容性

与我国传统文化的包容性一脉相承，我国的大众文化发展就具有很强的包容性。首先表现在对象包容性上，大众文化面向的对象群体是不被限定的。我国大众文化则就是以大众为主体、以人民为中心展开的；其次就是内容包容性，广泛的受众群体决定大众文化带有很强的内容包容性，以国内流行的社交娱乐软件抖音为例，其内容丰富多彩，题材广泛，视频拍摄水平、制作质量的参差不齐。最后是形式包容性，这主要得益于近年来我国网络技术、社交媒体的快速发展，承载着大众文化传播功能的平台、手段越来越丰富。

三、文化工业理论视域下我国大众文化发展的问题分析

大众文化发展中存在的问题会对我国人民的文化生活产生负面的消极影响。当前我国大众文化发展中主要存在着竭力迎合大众品位，商品化倾向严重；欺骗迷惑大众，消磨大众意识；缺乏独创精神，同质化现象严重等问题。

1. 竭力迎合大众品位，商品化倾向严重

文化工业理论认为在资本主义商品经济条件下，文化产品逐渐沦为商品，文化生产不再是追求艺术的结果，而是受市场和资本的驱动，文化产品不可避免的贴上了追求利益的标签。中国自市场经济确立以来，把经济发展作为我国建设的中心任务，而大众文化的发展也自然走上市场化的道路。纵观当今我国大众文化发展，不可避免的出现了文化生产者为了追求利润最大化所推出的文化产品一味地迎合大众品位，使得大众文化品味趋向低端、商品化愈发严重，如今的文化艺术品越来越脱离其本质意义，尤其是在广为流行的网红文化中这种现象更为突出。

2. 迷惑欺骗大众，消磨大众意识

科学技术的发展使得现代人有了更多的新媒介社交娱乐平台，抖音、快手等新社交娱乐平台给予大众文化在网络时代下全新的展示。在网络信息充分发展的今天，人们为各种各样、琳琅满目的文化产品所吸引、影响，甚至加以模仿。但需要注意的是大众文化发展壮大中自带的迷惑性与欺骗性，它以一种“被大众需求”的姿态展现出来，但实质上并不为大众所真正需要，且以这种迷惑性姿态去欺骗大众，进而消磨大众意识，在琳琅满目的娱乐文化产品中迷失自我。

3. 缺乏独创精神，同质化现象严重

创新是推动人类社会向前发展的重要力量，而如今大众文化发展中许多文化创作者为了获取流量、追求网络热点获利，在作品设计、立意、展现环节大都采用“拿来主义”^[5]，缺乏独创精神，有的甚至直接进行抄袭。如同霍克海默和阿多诺所担忧的文化工业最终走向在统一图式下的同质性倾向一般，大众文化的发展也不可避免的出现了缺乏新意、盲目跟风、内容雷同的低水平同质化现象。以“网红”文化为例，“网红”文化作为一种在“互联网+”背景下发展起来的文化产业，与传统文化模式相比，其借助互联网的优势，以传播方式快、传染能力强等特征给大众文化发展带有重要的影响，而“网红”文化就存在非常明显的抄袭现象，且相关受众乐得其中，很少有人指出其跟风蹭热度的不当行为。

四、文化工业理论视域下我国大众文化发展建议

针对文化工业理论视域下我国大众文化发展存在的问题，在结合我国实际和我国大众文化发展的特性的基础上，充分发挥人民主体性的作用的前提下，通过防止资本无序扩张、加大文化审查力度、结合优秀传统文化再创新等路径使我国大众文化得到健康持久的发展。

1. 防止资本无序扩张

资本是以追逐利润最大化为目标的，因此在大众文化发展中，出现了越来越多的文化生产者为了追求利润最大化所推出的文化产品一味地迎合大众品位，使得大众文化品味趋向低端、商品化愈发严重的现象。我国是社会主义市场经济体制，这是是市场经济与社会主义的创造性结合。首先我国是社会主义国家，在追求经济效益的同时要兼顾好社会效益。但在现实中文化产品过度商品化背离社会主义人民中心的初衷，不仅没有尊重人民群众的主体性意识，更是有偏离大众文化的人民性的趋势。在社会主义市场经济体制下我国资本具有既为社会主义服务的人民性的一面，同时不可避免的具有资本的逐利性质，因此在大众文化发展领域，必须对资本无序扩张的行为做出限制，不能只追求经济效益而放弃社会效益。

2. 加大文化审查力度

随着信息技术高速发展，传播媒介从被动的单向度发展为如今的双向互动，大众在接受大众文化信息的同时，也能把自己的声音发出去。在阿多诺文化工业理论描述中的资本主义文化单纯灌输型的状况已经有所改观，但在琳琅满目的文化产品中，出现良莠不齐、质量参差不齐的现象。因此在发展大众文化时，不仅要坚持文化多样性，更应当加大监管力度。

3. 结合优秀传统文化再创新

习近平总书记提出了“创造属于我们这个时代的新文化，建设中华民族现代文明”伟大号召。中华优秀传统文化是我们创新理论的“根”，是我们发展大众文化宝贵的文化资源财富。大众文化发展与传承创新中华优秀传统文化是双向促进的，利用大众文化的发展可以更好地传承创新中华优秀传统文化；同样对中华优秀传统文化进行传承创新，也是对大众文化发展的新机遇与新发展。我国作为拥有五千多年历史的国家，有很多可供挖掘加工的中华优秀传统文化素材。在推动大众文化发展时，要立足于中华优秀传统文化并进行深度挖掘，借鉴吸收中华优秀传统文化的优秀文明成果，在与中华优秀传统文化的结合中实现大众文化的新的新发展。

参考文献：

- [1]霍克海默，阿多诺.启蒙辩证法：哲学断片[M].渠敬东，曹卫东译.上海：上海人民出版社，2006.
- [2]闫方洁.西方新马克思主义的消费社会理论研究[M].上海：上海人民出版社，2012.
- [3]heodor W.Adorno. “Cultureindustryreconsidered”， in The cultureindustry: selectedessaysonmassculture[M]. London: Routledge, 1991.
- [4]姜华.法兰克福学派与英国文化研究大众文化理论的比较研究[J].社会科学战线，2010：8.
- [5]崔晓棠.从霍克海默和阿多诺的“文化工业”思想看当今中国的大众文化[J].经典解读，2021：30-33.