

# 文化工业与社会控制

## ——阿多诺大众文化批判理论的现代性反思

王玲玲

安徽大学马克思主义学院, 安徽 合肥

收稿日期: 2024年1月21日; 录用日期: 2024年2月21日; 发布日期: 2024年2月29日

### 摘要

在法兰克福学派社会批判理论中, 阿多诺的大众文化批判理论, 以文化作为社会批判的切入点, 批判资本主义社会的罪恶。本文探讨了阿多诺关于“文化工业”理论的核心观点及在当代社会的适应性, 并对阿多诺理论的局限性进行了批判。旨在为理解当代社会文化动态提供新的视角, 并对文化工业与社会控制的关系提出新的思考。

### 关键词

阿多诺, 文化工业, 社会控制, 现代性反思

# Cultural Industry and Social Control

## —A Modern Reflection on Adorno's Critical Theory of Popular Culture

Lingling Wang

School of Marxism, Anhui University, Hefei Anhui

Received: Jan. 21<sup>st</sup>, 2024; accepted: Feb. 21<sup>st</sup>, 2024; published: Feb. 29<sup>th</sup>, 2024

### Abstract

In the Frankfurt School's social critical theory, Adorno's critical theory of mass culture uses culture as the entry point of social criticism to criticize the evils of capitalist society. This paper explores the core ideas of Adorno's theory of "culture industry" and its adaptability in contemporary society, and criticizes the limitations of Adorno's theory. It aims to provide a new perspective for understanding the dynamics of contemporary society and culture, and to put forward new thinking on the relationship between cultural industry and social control.

## Keywords

### Adorno, Cultural Industries, Social Control, Reflections on Modernity

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 引言

阿多诺的大众文化批判理论产生于二战前后，这是一个全球性意识形态斗争尤为激烈的时期。法西斯主义和极权主义在欧洲的兴起，特别是纳粹德国对文化的操控，对他产生了深刻的影响。阿多诺和他的同僚们认为，欧洲启蒙运动所倡导的理性、进步和自由的理念，在现代社会遭遇了危机。他们认为，即使是理性和科学，也被转化为工具，用于统治和操控人类。为了免于遭纳粹分子的迫害，阿多诺和霍克海默逃亡到美国继续进行他们的意识形态的批判。20世纪初至中叶，西方资本主义国家正经历第二次科技革命，处于由自由竞争资本主义到垄断资本主义和帝国主义的过度时期，资产阶级垄断寡头不仅在政治和经济上加强对国家的统治，同时也继续加强意识形态领域的控制。随着工业化和科学技术的发展，大众文化开始快速兴起。广播、电影、报纸、杂志等成为文化传播的主要手段，产生了前所未有的影响力。资本主义经济体系的扩展导致了文化的商品化。文化产品开始像其他商品一样被生产、分发和消费，使得文化生产越来越受到市场逻辑的驱动。随着电影、广播和录音技术的发展，文化产品的生产和分发实现了前所未有的标准化和规模化，这引起了阿多诺对文化多样性丧失和文化下降的担忧。同时，资产阶级不断借助于文化产品对意识形态领域进行渗透，从而更好的控制大众思想，麻痹人民。在此背景下，阿多诺和霍克海默合著了《启蒙辩证法》，指出垄断资本主义和帝国主义时代下，文化工业产品发生了异化，成为了资产阶级麻痹和控制人民的工具，揭露和批判了资产阶级依靠文化工业产品进行社会控制。

## 2. 文化工业的概念

在霍克海默和阿多诺合著的《启蒙辩证法》中，他们在继承马克思的商品和商品拜物教理论基础上，用“文化工业”这一新的语境概括了资本主义工业时代下文化和工业的相互交融。“文化工业”理论是他们试图从商品、资本入手对资本主义统治新格局进行批评的首要尝试。阿多诺指出“文化工业”既不是传统的“民间文化”，也不是早期自由竞争资本主义时期的“大众文化”，而是垄断资本主义阶段大众文化的特殊形式。对于“文化工业”的概念阿多诺与霍克海默在《启蒙辩证法》中并没有给出明确的解释，根据国内外学者的研究可以将其概括为，随着资本主义的发展，文化已经成为一个工业化生产的领域，这意味着艺术和文化产品(如电影、音乐、文学作品)被生产和消费的方式，类似于工业产品的生产和消费。其宗旨就是要揭示资本主义在文化上对意识形态的操纵和控制。

## 3. 阿多诺对“文化工业”的批判

### (一) 商品拜物教：文化工业的意识形态

马克思主张，在私有制商品经济条件下，私人劳动与社会劳动之间存在着矛盾，这种矛盾通过商品的流通、价值的转移、货币的流动等方式，决定着商品生产者的命运。在这个过程中，商品生产者往往会错误地认为商品、价值，甚至货币的特性是其内在的自然属性，而这些所谓的自然属性似乎还带有一种超越自然的神秘感。这导致商品生产者感到自己无法掌控自己的命运，而是任由商品、价值、货币的

运动所左右。在这种情况下，人与人之间的特定社会关系呈现为一种物与物之间的虚幻形式，马克思称这种现象为“商品拜物教”。他进一步将商品的这种拜物特性定义为对物质的崇拜，强调这种作为交换价值的物质，实际上是由人类社会活动所创造出来的，同时也使劳动者与劳动产品相异化，马克思认为拜物教性质和商品生产是分不开的。阿多诺借用马克思的拜物教理论来审视文化工业产品时，也是把它们当作商品来看待的，所以，文化工业产品也被赋予了拜物教的性质和形式。

除了赋予文化工业产品以拜物教的性质，阿多诺还将马克思批判资本主义物质生产领域的异化理论、卢卡奇的物化理论移植到精神生产领域，用“原子化”来描述大众社会，他的观点是，在经历了文化工业的结构化和整合之后，精神生产部门与物质生产领域变得越来越相似。在这个过程中，无论是人们对物质的消费还是对精神文化的消费，都深深地被交换的原则所影响和渗透。马克思在《资本论》中把使用价值和交换价值作为商品的两种基本属性，在阿多诺的论述中，他把文化产品也看作商品，指出文化商品也被赋予了交换价值，并且交换价值取代了使用价值，所以，原本构成商品的规定性的双重依据变成了单重，文化产品被抽去了其自然属性变得空洞，但却能为消费者所接受，这是因为：一方面是消费者本人的拜物主义倾向与文化商品制造的拜物效果形成了一种同构关系，另一方面是因为文化工业制造了一种使用价值已经支付给消费者的幻觉[1]。在这种假象中，文化商品的交换逻辑与其追求的利润动机就被掩盖了，当然最终都是要转嫁给消费者的，所以这里文化商品与消费者之间又会不可避免的发生异化，阿多诺指出文化工业产品的商品拜物教和物化现象已经成为资本主义社会的普遍存在的社会现象。正是因为商品拜物教把资本追逐利润动机的本性、交换价值的秘密都掩盖了，我们就把商品拜物教视为文化工业的意识形态。当文化工业的意识形态与统治阶级的意识形态形成相辅相成密不可分的复杂关系时统治阶级就可以利用文化工业对消费者进行意识形态的控制。

## (二) 技术手段与经济目的

在文化转化为商品的过程中，技术起到了推波助澜的关键作用，但是，阿多诺并没有把文化工业的发展单纯归功于技术进步，因为按照唯物史观，物质资料的生产活动及方式是推动社会发展的决定力量，在生产方式中，生产力是其物质内容，生产关系是其社会形式，所以归根到底还是生产力起决定作用。阿多诺指出，文化工业只承认“效益”这一真理，技术用来支配社会的权力，其实是那些支配社会的经济权力，所以，在阿多诺看来，在文化工业中，唯一被承认的标准是效益或利润。这意味着文化产品的价值被经济利益所主导，而非艺术或文化的内在价值。技术在文化工业中不仅是生产手段，更成为一种支配社会的工具。这里的“技术”不仅指物理技术，还包括组织和管理上的技术。阿多诺强调，文化工业的现状并非技术发展的必然结果，而是由控制经济的权力所决定。换句话说，技术和文化的发展受到经济利益的驱动和控制。提到“汽车、炸弹和电影”将一切联成一个整体，并演变成一种邪恶的力量，指的是文化工业通过其产品和手段导致文化形式的同质化，削弱了文化的多样性和深度。技术在文化工业中，通过消弭社会劳动与社会结构的区别，达到了文化产品的标准化与大众化生产。这种趋势削弱了文化产品的个性化和创新性，导致文化生活的贫乏。阿多诺批判了文化工业如何在经济利益的驱动下，通过技术手段实现了文化产品的标准化和同质化，同时指出这种现象不是技术本身的必然结果，而是受到经济体系和权力结构的影响。这种批判反映了他对于现代社会文化生活的担忧和对资本主义社会结构的深刻反思。

把文化当作商品，其实就是在贬低艺术，因为它剔除了艺术所具有的社会意义[2]。阿多诺说：“就其自身意义来说，文化不仅是为人的，而且总是能够对人们生活于其中的僵化关系提出抗议，因而得到人们的尊敬。但是现在，文化被这种僵化关系完全吸收为自身的一部分，这样，人们就又一次贬低它[3]。”阿多诺认为，文化本质上是为了人类，它应该是挑战和抗议僵化的社会关系的力量。文化在其最初的意义，是一种具有批判性和创新性的社会力量，能够启发思考和促进社会变革，通过艺术和思想表达来

质疑和批判社会现状和提出改变。然而，阿多诺指出，在现代社会中，文化已经被那些原本应该被挑战的僵化的社会关系所吸收。这意味着文化不再是一种独立于主流社会结构和经济利益的力量，而是成为了这些力量的一部分。文化工业通过将文化商品化、标准化和同质化，剥夺了文化的这种批判性和创造性。文化不再是激发思想和反思的媒介，而是变成了传递主流意识形态和商业利益的工具。由于文化被纳入了僵化的社会关系，人们对文化的尊重和价值观也随之降低。文化不再被视为高尚和独立的，而是变成了日常消费品的一部分。阿多诺深刻地揭示了现代社会中文化的困境，即它从一种具有挑战性和创新性的社会力量转变为了文化工业的一部分，失去了其本质的意义和价值。这是对现代社会文化现象的深刻批判和反思。

阿多诺强调，工业化的文化产品是以交换价值为导向的，而非以其独特的内容或形式为导向。这意味着文化产品的价值和成功不是基于它们的艺术性或文化深度，而是基于它们在市场上的销售潜力和利润。在文化产业中，追求利润的动机直接影响了多种文化形式。当文化形态(例如文学、音乐、电影等)变成市场上的商品，用以为创作者谋生时，它们在某种程度上就已经开始以盈利为目标了。但在传统文化中，这种追求是间接的，依赖于作品的“自主的存在”或独特性。在文化工业的框架下，这种对利润的追求变得更加直接和明显。文化产品在设计 and 生产时，就已经精确计算了它们的市场效用和盈利潜力。这种直接追逐利润的趋势是文化工业的一个新特点。阿多诺指出，在工业化文化的背景下，文化产品的创作和传播更多地是为了经济收益，而不是为了艺术或文化价值本身。阿多诺的观点揭示了文化价值与市场逻辑之间的冲突。在这种情况下，文化产品越来越少地表达真正的艺术创造力或文化深度，而越来越多地成为市场和利润驱动下的产物。

### (三) 从流行音乐看文化工业的特征

阿多诺对文化工业的批判，其中有一部分是通过对流行音乐的批判来实现的。阿多诺和霍克海默在《启蒙辩证法》中对文化工业的特点的描述有些抽象。但当他们将流行音乐与文化工业联系起来进行研究时，文化工业的特征就变得非常明确。阿多诺说：“只要仔细注意一下流行音乐的基本特征——标准化，就可以对严肃音乐与流行音乐的关系做出清晰的判断。流行音乐的全部结构都是标准化的，甚至连防止标准化的尝试本身也标准化了。从最普遍的特征到最特殊的品性，标准化无处不在。”另一方面，他又认为标准化和伪个性化是密切相关的：“音乐标准化的必然关联物是伪个性化。”所以，我们可以把标准化和伪个性化作为流行音乐和文化工业的共同特征。

#### 1、标准化

在文化工业的框架下，流行音乐的生产和传播受到市场逻辑的深刻影响，导致艺术的原创性和多样性受到限制，变得标准化。

正如阿多诺审视文化工业和文化工业产品一样，对于流行音乐，他首先也是从商品和资本运作的逻辑出发的。他认为爵士乐之所以能够成为标准化的音乐“根源在于经济。文化市场上的竞争已经证明了许多技巧的有效性……所以留存下来的技巧都是竞争的结果，它们本身并不是很‘自由’，而且整个行业都被打磨，特别是被无线广播打磨润色”阿多诺认为流行音乐在艺术价值和市场逻辑之间存在着严重的冲突。在他看来，流行音乐越来越多地成为经济利益和市场策略的产物，而不是艺术表达的自然结果。阿多诺指出，在文化市场上，竞争已经证明了某些技巧的有效性。这意味着在流行音乐产业中，某些制作和营销的技巧因为能够在市场上取得成功而被广泛采用。这些技巧并不是“自由”的产物，因为它们不是出于艺术自由或创造性的表达，而是为了在市场上获得成功而形成的，是市场驱动和竞争结果的产物。音乐技巧一方面被经济之手培育起来，一方面又为资本的再生产服务。为了市场上的成功，流行音乐行业采用了统一的、经过优化的生产和传播方法，导致了内容和形式的同质化，所以整个行业(特别是无线广播)都经历了一种打磨和润色的过程，至此，流行音乐的标准化风格就逐渐形成。所以，流行音乐

在文化工业的背景下，受到市场竞争和经济逻辑的驱动，从而失去了其艺术的自由性和创造性。

当然，阿多诺并不单单从经济维度考察流行音乐的标准化，他还剖析了流行音乐的内部结构并与严肃音乐加以对照，从多种角度论证之后把流行音乐定义为一种标准化的文化工业产品。

## 2、伪个性化

如果流行音乐总是标准化的，那么听众听多了必然会审美疲劳，但现实却并非如此。对此，阿多诺认为：“标准化的必然关联物是伪个性化，文化的大量生产在标准化本身的基础上具有了自由选择或开放市场的光环。流行音乐的标准化，其控制消费者的办法是让他们觉得好像在为自己听歌；就伪个性化而言，它保住听众的手法是让他们忘记自己所听的歌曲早已被听过或已被‘事先消化’过了”。阿多诺的论述揭示了现代文化生产方式下的一种重要矛盾：即表面上的多样性和个性化与深层的标准化和同质化之间的冲突。阿多诺认为，在文化大量生产的过程中，标准化是一个核心特征。而伪个性化则是标准化的必然伴随现象。在这种情况下，尽管文化产品(如流行音乐)在表面上看似多样化和个性化，实际上它们是在统一的标准化框架内制作出来的。标准化制作的技巧之一是给消费者创造一种错觉，让他们认为自己在音乐选择上拥有自由，好像是为了自己的喜好而听歌。这种做法隐藏了音乐的标准化实质，使消费者认为他们在享受个性化的体验。流行音乐中的伪个性化特质实际上使听众忽视了一个事实：他们所听到的歌曲实际上是“已经熟悉或被预先处理过”的。这意味着音乐的创新性和独特性被削弱，取而代之的是易于接受、符合市场标准的经过预处理的音乐。所以，通过创造一种伪个性化的假象，文化工业控制了听众的选择，限制了他们对音乐的真正个性化和多样化体验。这也反映了他对现代文化生产方式的深刻担忧。

## 4. 阿多诺理论的局限性与现代性反思

### (一) 阿多诺理论的局限性

#### 1、大众文化中的积极因素与可能性

阿多诺的批判理论在认识大众文化的复杂性和多样性方面显示出局限性。大众文化并非完全是消极的或被动的，它也能提供平台来反映社会问题、激发创意思考和文化交流。

#### 2、现代社会中文化多样性与个人自由的展现

在当代社会，尤其是在数字化和全球化的推动下，文化多样性和个人表达自由得到了前所未有的提升。用户不仅是消费者，也是创造者，他们在文化生产中发挥着越来越重要的作用。

### (二) 对阿多诺理论的现代性反思

#### 1、阿多诺理论在数字时代的适用性

阿多诺批判了大众文化产业对文化商品的标准化和同质化，认为这种文化生产模式剥夺了艺术的真正价值和批判性。在数字时代，这一批判似乎更加相关。互联网和数字技术的兴起，虽然在表面上提供了更多样化的文化产品，但实际上也可能加剧了文化商品的标准化和消费者的被动接受状态。所以我们在文化建设中要保护和促进文化多样性，尊重和发展地域文化、民族文化以及不同艺术形式的独特性；发展文化产业时要注意平衡商业利益与文化价值的关系。文化产品不应仅仅被视为经济利益的载体，更应承载和传承文化价值和意义。

#### 2、网络文化和社交媒体对大众文化的影响

社交媒体和网络文化改变了信息的传播方式，用户现在可以更加积极地参与文化产品的创造和分享。然而，这也可能导致了一种新型的文化同质化，其中流行趋势和病毒内容迅速扩散，但往往缺乏深度和持久价值。所以在文化建设中我们不仅要关注文化的生产，也要关注公众的文化消费习惯和鉴赏力的培养，提高公众对高质量文化产品的识别能力和欣赏水平。

### 3、当代文化工业的新形态和特点

数字时代的文化工业呈现出一些新的特点，表现为平台的数字化和集中化、内容的及时性和短暂性、更加注重商业化和市场导向、用户的参与性和互动性增强、基于用户数据提供个性化内容消费以及全球化和本土化并存。我们一方面要利用好数字时代文化工业的新形态和特点，一方面也要警惕其可能带来的负面影响。

### 参考文献

- [1] 赵勇. 整合与颠覆: 大众文化的辩证法——法兰克福学派的大众文化理论(增订版) [M]. 北京: 北京大学出版社, 2022.
- [2] 韩红艳. 批判与革命: 马克思主义文化理论的内涵[D]: [博士学位论文]. 上海: 复旦大学, 2013.
- [3] 霍克海默, 阿多诺. 启蒙辩证法[M]. 上海: 上海人民出版社, 2006.