

大脑风暴

——文化工业探寻

秦朔著

版 社



大脑风暴

——文化工业探寻

秦朔 著

广州出版社

粤新登字 16 号

责任编辑 吴迅

责任技编 甘谦

书名： 大脑风暴——文化 业探寻
作者： 秦朔
出版： 广州出版社
经销： 广东省新华书店
规格： 850×1168 大 32
印刷： 广东省公安司法管理干部学院印刷厂
版次： 1993 年 12 月第 1 版第 1 次
印张： 7
字数： 14.6 万
印数： 1——10000 册
ISBN 7—80592—057—5/G·6 定价：8.00 元

致读者

在经济的海滩上
我捡拾了一些文化的贝壳
它可能粗糙简单
也可能杂有沙砾
但我希望
不要因为拾贝人的失误
忽略或拒绝波光无限的海洋

代序

文化工业：理论的源起 与现实的条件

文化工业这一命题最早在西方提出的背景和争论——文化工业由批判性概念过渡为分析性概念——文化工业的定义、门类——研究文化工业应抱着客观和建设性的态度——文化工业在当代中国兴起的八点背景及原因——通过文化工业能否产生伟大的文化艺术精品

1

I

严格来说，文化工业这一命题是本世纪前半叶由西方人提出来的。从命题一提出，就受到两种截然不同眼光的观照，一种把它看成文化发展的“必经之途”和使文化最大可能地拥有“大众性”、“共享性”的方式，另一种则以批判性的姿态和深深的焦虑，认为文化工业的发育和生长，使大众被驾轻就熟的乐趣所控制，人的精神生活日趋平面化、浮浅化乃至庸俗化：“人类已经丧失了构造一个不同于他生存的那个世界的另一世界的能力”⁽¹⁾，也就是说，真正的艺术、文学、戏剧等形式已经退缩在铺天盖地的文化工业浪潮的一角，且逐渐消失。

任何一个时代提出它的文化命题，都不是空穴来风，而是根植于整个社会发展的实践运动之中。同样，文化工业的命题也不单单只关涉到文化自身。确切地说，这一命题的提出，是本世纪二三十年代西方批判浪潮和反思运动的产物。这种批判和反思主要表现为：第一次世界大战的惨痛损失，迫使人类坐在废墟上总结教训；西方资本主义国家的经济萧条与危机，使不少人对西方社会进行全面的重估；除前苏联之外的欧洲共产党运动相继在各个国家失败，由此产生了“西方马克思主义”重新解释和考察马克思学说的运动；西方很多哲学家、心理学家、社会学家开始研究技术至上的现代社会的“精神危机”、“心灵危机”、“思想危机”，并提出了各自的“医疗方案”……正是在这样的反思过程中，许多问题越来越清晰地凸现出来：一直被认为是人类进步动力的工业化

运动，有什么正面和负面的影响？人类的理智和良心何在？对建构和培植人的判断力、理智、良知具有重要作用的文化环境，今天究竟是什么样子？对二三十年代西方社会的反思与批判，必然导致对现代社会人的反思与批判。而对人的思考，又必然直接追逼到文化问题上。显然，研究现代文化的基本形态，研究它对社会和个人的影响，已是一个不容回避的问题。文化工业的命题便在这样一种背景下应运而生了。

II

一般认为，最早提出严格意义的文化工业概念的是法兰克福学派的两位思想家霍克海默和阿多诺。他们在本世纪40年代中期总结现代文化的基本特征时，明确地把工业化程度看成现代文化的重要特点。他们断言，尽管文化工业源于少数工业化国家，但将传播到整个世界。在1947年出版的《启蒙的辩证法》（《Dialectic of Enlightenment》）一书中，他们更提出，文化工业无所不在，无论民主政体还是独裁政体，其运作的方式基本是一样的。⁽²⁾

事实上，关于文化工业、文化商品的争论，在二三十年代已有发生。比如莫蒂默·J·阿德勒关注电影业的发展，反对由于电影摄制的集体性、商业化而不承认它是艺术的观点，认为“电影是大众的诗歌”，为电影进行辩护。他认为伟大的艺术作品都具有明显的大众性特点，即具有满足最广泛的不同审美情趣需要的能力，并由此把“使儿童和无知者得到快乐”的沃尔特·迪斯尼看成一位杰出的艺术家。与之相反，霍克海默坚持认为，“今天，叫做流行娱乐的东西，实际上是被

文化工业所刺激和操纵。”“对投资在每部影片上的大量资本的快速周转的经济要求，阻止着对每件艺术作品内在逻辑的追求——即艺术作品本身的自律需要。”因此，他认为像电影这样的文化工业，“不能同艺术相处，即使它装作与艺术相处得很好。”同时，针对莫蒂默·J·阿德勒为文化工业之大众性所做的辩护，他指出，大众性其实从来不被大众直接决定。以取代艺术遗产而产生的消遣工业，“在今天不过像游泳和足球一样流行和刺激”，“大众性不再与艺术作品的具体内容或真实性有什么联系”，“大众性的涵义无限制地把人们塑造成娱乐工业所期待他们成为的那种人。”⁽³⁾

肇始于本世纪二三十年代的这种文化争论，既是整个西方文化传统中关于俗世与精英、大众与个人、平面模式与深度模式、日常生活与美学原则等等争论的一种历史沿续，又是在世界工业化进程已不可阻挡、但同时出现了经济危机、人的异化、精神空虚与困扰等等问题这一新的环境中，各种文化观念之间的具体冲突与呈现。然而，无论各方的观点如何，争论本身就说明了争论对象（文化工业）的现实存在。为什么文化能同工业结合而且必然跟工业结合？文化工业是在人类历史进程发展到一个什么阶段所必然出现的现象？它赖以存在的社会经济基础和传统文化有什么不同？如果沿着这些思路分析下去，本来很有可能跳出就文化论文化的狭窄圈子，跳出把文化与社会截然二分的认识论方法，从而触及更多更广的领域，引发更新更深的思考。然而很可惜，当时还处于萌芽期的文化工业本身还不能为思想的先行者们提供更多的养料；而艺术、美学与世俗人间相分离的二元对立的西方文化传统，以及在特定历史时期（即现代化、工业化社会出现

了危机)必然形成的不无偏执的情绪,又使他们对文化工业缺乏更为深入公允的实证性研究,以至他们只能使文化的争论局限为文化的争论而不是社会的争论;只能用应该还是不应该存在这样的价值判断简单化地度量一个明显的事实,而不是穿越事实的表层空间进入它的内核。

Ⅲ

对文化工业的批判,以及相应对大众文化、通俗文化、商品化文化、“文化垃圾”的批判,是现代主义的一个重要主题。在本世纪六七十年代以前,以美国新批评派代表人物列维斯(Leavis)、阿多诺、霍克海默、马尔库塞等人为代表的批评家们始终对文化工业痛加贬斥,毫不宽容。如阿多诺说:“文化工业只是不断地从它的消费者那里骗取它没完没了地许诺过的东西”,“而真正的意义却永远也达不到”。1968年出版的400多页的《文化兀鹰》(艾伦·列维著)一书在前言里借用安徒生《皇帝的新装》故事,提出:“两个骗子何以骗过人民大众?回答是:群众受到通过大众文化媒介而产生的思想污染,精神上堕落了。”⁽¹⁾60年代后期分裂开来的“纽约知识分子”文人集团的右派新保守主义评论家,把捍卫严肃文学或高级艺术视作自己的神圣职责,严厉批判商品化的庸俗读物与垃圾文化。马尔库塞则指出“大众传播媒介几乎毫无困难地把特殊利益当作一切懂事的人的利益来兜售”,他认为,“以前,高级的欧洲文化基本上是非技术的,它独立于商业与工业领域而存在,现在这种文化已经与商业和工业结合为一体”,“艺术被纳入顺从主义轨道”,“文化已经丧失了其独立

性”。⁽⁵⁾

所有这些批评,代表了西方追求超越性的一种文化精神。诚如胡塞尔在分析精英文化的前提时所作的论述,对“深度模式”的渴望、“乌托邦式的欲望”、“刻意追求文本背后的深层涵义”,以及经德国古典美学而发扬的把文化与日常生活相对立的“文化圈层的自律性”原则,共同构成了这些批评的知识根源。

然而,任何一种知识根源的确立,以及由此生发的文化批判,毕竟还是无法逃避整个社会政治经济文化运动的影响。自十九世纪末开始的资本主义国家市场向世界市场的扩张、大规模工业化和垄断化的进程、整个社会生产方式的巨大飞跃,注定了我们生活的20世纪是一个比以往任何社会发展速度都要高出无数倍的时代。这个大爆炸的大众社会,从根本上改变了古典社会的社会结构和分层,从而也一定要改变传统的文化知识形态和文化观念。

事实也正是如此。文化工业从一个最早由现代主义使用的批判性概念,经过不到半个世纪的社会发展,在后现代主义者那里已成了一个至少是比较客观的分析性概念。可以说,正是文化工业的实践运动本身,给这一概念补充了合理性,并导致了概念本身的“变性”。大众的、通俗的、工业化和商业化色彩浓厚的文化形态,在思想家那里也开始获得了“通行证”。

在美国,“越来越多的学者从传统的专科范围转向通俗文艺中一些从未被探讨过的、跨学科的问题,从而一大堆有用的研究资料开始累积起来”;苏珊·桑塔格、莱斯利·菲德勒等“纽约知识分子”集团的左派评论家公开宣扬群体社会里

的大众化文学比少数贵族享受的高雅文学更应受到重视；关于广告业、流行唱片业、信息传播工业等方面的实证性研究越来越深入；采用了电脑技术的绘画、写作、出版、雕塑、设计等方式日新月异……法国学者路易·多洛在《个体文化与大众文化》一书中提出，20世纪是一场“文化革命”，其中重要的一个标志便是文化工业的巨大发展，它包括文化财产（书籍、唱片、盒式歌带等）、文化设备（广播、电视、录像机、音响等）、宣传载体（发射机、接受器等）三个方面的内涵。美国政治家布热津斯基这样断言：“如果说，罗马献给世界的是法律；英国献给世界的是议会民主活动；那么，现代美国献给世界的是科学技术和大众文化。”显然，文化工业（既是技术的又是文化的）在现代社会扮演了一个何等重要的角色。

80年代对文化工业研究最有贡献的应属后现代主义批评家杰姆逊。他强调，文化这一概念在后现代主义中已极大地扩张了，而且商品也不再是一个纯经济的概念，它已经成为一个文化概念，含有文化的内容。至少自60年代以来，在资本主义世界出现了一种从任何意义上来说都已深深地文化化的社会或者经济，文化移入现象是普遍而深刻的。文化的消费，叙事及其它各种作品的消费，显然比以往任何时候都要大众化。商品化现象和商品化思维进入了建筑、艺术、文学甚至哲学领域。杰姆逊认为，“对这一系列现象应有历史眼光，不能简单地从道德是非角度衡量，当然似乎也不必忘乎所以而竭力推崇。”

杰姆逊的“历史眼光”，使他在文化工业的论述上明显高人一筹。他用历史的和社会的分析方法，剥离了包在文化工

业上的传统理论的“硬壳”，使文化和社会、经济运动之间发生对流、互动，这样，文化工业所产生、发展的真实过程就呈现在了人们面前。

IV

“简而言之，文化工业意指通过工业化和商业化方式所进行的文化产品和文化服务的生产、再生产、供应和传播。这里，大规模的要求和经济上的策略，比其它考虑更为重要。”⁽⁶⁾按联合国教科文组织多次会议的归纳，它至少包括以下行业：摄影、摄像、影视、音像、广告、信息、咨询、电子计算机、出版、旅游、大众传播媒介、流行音乐、设计等等。

这种定义和归纳不尽然准确，也不可能完全，因为半个多世纪以来的历史表明，文化工业一直在发展之中，很难作出严格的界定。如果说本世纪二三十年代的文化工业还仅仅只局限于电影、印刷业及部分娱乐文化业的话，那么，半个多世纪以来文化工业的发展，可以说比以往全部历史能提供的文化产品、文化服务样式都要多出成千上万倍。通过信息网络和传播媒介，人类历史上第一次有可能使人们享有对全球的知识，对世界经济、社会、文化的认识，人类知识的触角甚至到了太空宇宙。借用亚里士多德的古语“整体大于部分之和”，那么今天，由世界各个国家、地区、民族的各方面的普遍联系所构成的这个整体，它所释放出的文化能量，更不知比以往的“部分之和”多出多少倍。这一切，如果离开了“工业、商业和技术手段”，根本是不可想象的。文化工业的存在不仅是一个无法回避和拒绝的事实，而且本身就是人

类每时每刻生活的重要组成部分。

从今天的眼光来看，本世纪前半叶那些诚挚的文化争论，不无幼稚的一面。这一点，霍克海默本人也不无体会。在六七十年代他晚年时，他修正了自己对文化工业采取的拒斥态度，他提出，文化工业产品不断地流行、更新、自我淘汰本身，已经体现出了某种自我批判精神。大众在信息高度开放和交流的环境中，通过选择，同样会培植出自己的判断鉴别能力。这些，其实也正是精英文化努力的一个方向。

诚然，文化工业本身确有它局限性的一面，它的商业化和追求市场利润的动机，使它不可能承担起文化应对社会承担的全部责任和功能；相反，它还可能产生“文化工业污染”、“文化公害”、“文化病”、“文化帝国主义”、“文化入侵和奴役”这样诸多新的文化难题，因而对文化工业的反思与批判始终都不无积极的校正意义和警示意义；但是，对当代知识分子来说，也许首先重要的是抱着一种客观和建设性的态度，去分辨和认识文化工业产生的必然性与合理性，投身投注地研究文化工业形式给整个社会文化带来的影响。如果不去研究这一面，或作粉饰的妾妇之道，或作偏激的逃避之途，都不可能真正地超越这一文化发展阶段，为构建更具活力的现代文化生态做出贡献。

面对一种新的文化现象，丧失批判精神的文化浮萍角色固不足取，但站在“绝对完善境界”加以贬斥抗拒，可能会更加远离健康的文化心态。人类的文化发展，在不同的历史时期必然有其特定的方式、途径，这些方式、途径可能承载着同样真实的文化理想，一如柴、煤、油、核同样释放热能一样。也正是这些不同的发展方式与形态，波沿浪续，薪火



不断，才组成了生生不息、永不停滞、姿态万千的文化历史。这里，我们可以借用文学批评家格奥尔格·勃兰兑斯批评德国浪漫派“退回完善境界”时的几句宣言：“让我们按照新的形式来提问题，按照不同的方式来处理问题，我们决不朝后退，我们一定要向前进。”

V

文化工业这一命题在中国的提出，还只是近几年的事。如果说，“所有的历史都是当代史”，那么，所有的文化理论也都可以理解为当代文化理论——即是说，当代中国的经济文化运动，已经很现实地提出了文化工业这一课题，这个课题与历史的、更多西方色彩的理论结轨融合了。因此，研究当代中国文化工业的产生原因和发展历程，本身即是对世界文化工业理论的回应与补充；而世界文化工业的一般背景、条件、影响和理论，也理所当然地可以在中国的文化工业发展中找到印迹和折射。

同时，探讨文化作为一种产业、工业、商业；探讨经济与文化之间的互动关系，有助于恢复文化与社会之间的开放性的联系，从而使我们深深体会到：研究文化，首先是要研究决定和影响文化生长的条件、制约、框架，正是在这种充满限定性的前提下，我们对文化的理解才可能更真实、更确切，而不是大而空洞、泛而无当。我们的文化，也只有在与经济活动的关联中，在与世界进程的交往中，在与历史和未来的串接中，才是活的，而不是凝固僵硬的东西。

以笔者近三年来搜索研究的管见，我以为，当代中国尤

其是南部和东部沿海开始发育茁长的文化工业，其大的背景和成因有以下八点，即：

1. 经济社会的来临；
2. 中国经济结构开始转向注重知识、技术、信息、文化的含量；
3. 现代化的科技革命的推动；
4. 中国社会消费主义的兴起；
5. 全球化潮流的冲击；
6. 世界范围内产业结构的调整和新兴产业的大量出现；
7. 中国传统知识分子的角色再造和传统文化事业的转型；
8. 对中国走向具有世界意义的文化创造时代和文化复兴的呼唤。

VI

中国步入一个经济社会，并把经济实力看成自己综合国力方程中最重要的因素，这是一个划时代的伟大进步，而且很可能是中国再次为人类做出巨大贡献的开始。正是通过这一进程，中国的发展同世界的发展产生了同步。

由于经济社会的来临，服从于政治和意识形态标准的政治文化，在中国开始减少其影响力；思想垄断和禁锢被打破；市场为相当部分的文化知识分子提供了比前几十年多得多的生存空间、工作选择以及经济回报，从而使他们获得了更自由的文化心态；政府作为知识分子产品的单一购买者、知识分子对政府单向依赖的局面逐渐消失……这都使得新的文化

大 脑 风 暴

生态的发育有了一个较为宽松的外部环境。同时，商品、市场天然的活力和平等品格，促使经济运动同破除特权、要求公正连为一体。在经济运动中产生的文化工业，天然具有着强烈的市场气息和平等观念。

从微观角度看，中国企业由计划经济向市场经济转变过程中，越来越认识到消费者的重要性，以及为赢得市场竞争而采取文化亲善行为的重要性。在市场经济的“桥头堡”广东，出现了全国最早的企业办文艺的潮流（1980年中旅社在东方宾馆开办的音乐茶座），1984年底广州已有80多个企业单位办起了轻音乐队、音乐茶座、游乐团等；在广东，由企业扶持、资助、直接策划参与的演出、公关活动、社会活动、展览、公益事业，更已成为扩大企业知名度的基本方式。可以说，广东早在10年前已经突破了文化不能沾“企”字“商”味的禁区。

VII

随着中国经济尤其是东南沿海地区经济的飞速发展，中国的经济结构正由比较原始的劳动力密集型、资源消耗型向资金密集型、技术密集型转化，并进而向智力、知识密集型跃升。这一进程在广东尤其是特区、珠江三角洲地区的表现是极为明显的。经济进程要求着也带动着为经济服务的文化产业的发展。而文化一旦开始为经济服务，就不可避免地进入一种工业化、商业化的经济形态。

设计业、市场调查和咨询业、广告策划业、形象产业、信息产业、头脑公司、创意机构、传播工业……诸如此类的文

化工业在近 10 年内飞速进步发展，而且成为产值利润巨大、高智力高产出的行业，无疑是受到了经济发展的巨大推动。反过来，这些文化工业在帮助企业提高产品的销售力、形象力，确立企业理念和企业文化方面；在帮助形成一个信息全面而开放的市场网络方面；在帮助提升企业的品牌、定位、无形资产影响力方面，都起到了积极而深远的作用。

如果说大工业时代初期相应要求的文化工业其机械复制、大规模倾销的色彩较重，那么，随着经济结构的变化，批量生产向个量生产转化，流水线大规模作业向灵活生产体系过渡，文化工业的个性化、多元化的一面正在加强。一件工业设计的模具可能在产品的限量生产后即被淘汰，以显示以稀为贵。而针对不同时间、空间消费者的文化个性，同一种产品的行销策略可能会大不相同。

VIII

20 世纪技术革命的爆炸性发展，提供了丰富和崭新的文化生产方式与消费方式。综合性的电信网络把全球连为一体；高密度的资讯革命使生产力日益信息化；智力投资、科技开发、组织运筹、信息型个量生产、“有求立供、供随求止”的“零存货管理”扮演了生产过程中新的重要角色；无纸化办公和多媒体成像风起云涌……

广播、电视、电影、出版、音像、设计、美术、信息工业、以及传统的文艺创作等等行业，今天都从科技革命中大获其利。电子艺术、电子工艺、电脑创作、电脑设计、电子出版、电子报纸杂志陆续出现，从而大大加快了文化产品的