

阿多诺文化工业批判理论的困境与启示

李璐宏

海南师范大学马克思主义学院, 海南 海口

收稿日期: 2025年9月10日; 录用日期: 2025年9月30日; 发布日期: 2025年10月11日

摘要

本文探讨阿多诺文化工业批判理论, 其形成于20世纪资本主义危机语境, 核心是批判文化工业借标准化生产消解文化审美独立性, 以娱乐化包装实施意识形态操控, 使大众沦为被动消费者。但该理论存在技术认知停留传统单向传播、持精英主义忽视受众能动性、聚焦“实体商品化”滞后于“符号资本化”的局限, 借鉴时需立足我国实际, 警惕文化“商品化异化”、坚守文化价值, 同时提升大众媒介素养并规范文化工业秩序, 为我国文化发展提供参考。

关键词

阿多诺, 文化工业, 法兰克福学派, 批判理论

Dilemmas and Enlightenment of Adorno's Critical Theory of the Culture Industry

Luhong Li

School of Marxism, Hainan Normal University, Haikou Hainan

Received: September 10, 2025; accepted: September 30, 2025; published: October 11, 2025

Abstract

This article explores Adorno's critical theory of the culture industry, which was formed in the context of the capitalist crisis in the 20th century. Its core is to criticize the culture industry for eliminating the independence of cultural aesthetics through standardized production, and for implementing ideological control through entertainment packaging, thus turning the masses into passive consumers. However, this theory has limitations, such as a traditional one-way communication technology perception, an elitist stance that neglects the audience's initiative, and a focus on the "commodification of physical goods" that lags behind the "capitalization of symbols". When drawing on this theory, it is necessary to base it on China's actual situation, be vigilant against the "alienation of commodification" of culture, adhere to cultural values, and at the same time enhance the media

literacy of the masses and regulate the order of the culture industry, providing a reference for China's cultural development.

Keywords

Adorno, Culture Industry, Frankfurt School, Critical Theory

Copyright © 2025 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

当前国际格局正经历深度变革期，衍生出层出不穷的复杂现实挑战，也催生了亟待解决的理论命题。我国文化环境呈现出传统与现代、本土与全球、官方与民间之间的复杂互动格局，理性审视西方文化影响，本质上是守护本土文化的自主性与独特性、保障自身文化生态健康发展的重要方向。正如习近平总书记所强调，“对国外马克思主义研究新成果，我们要密切关注和研究，有分析、有鉴别，既不能采取一概排斥的态度，也不能搞全盘照搬”[1]。法兰克福学派作为 20 世纪最重要的批判理论流派之一，其文化工业批判理论揭示了文化工业作为“社会水泥”的意识形态功能，标准化生产的文化产品通过个性化包装，将资本主义价值观编码为大众的虚假需求。西奥多·阿多诺作为法兰克福学派的一员，他的文化工业批判理论在揭示资本主义社会中文化产品标准化及其意识形态功能方面具有深刻的洞察力，这种理论为我们理解和批判当代数字资本主义条件下的文化现象提供了重要的视角。但同时也要注意，正如习近平总书记所说，完全照搬某一理论框架来解释、对应我国的文化现状是不合适的。因此，在借鉴阿多诺理论的同时，必须结合我国具体情况，避免生搬硬套，既要认识到阿多诺理论的深刻洞见，也要对其局限性有清醒的认识，并在此基础上探索适合我国的文化发展路径，更好地应对国内外的文化挑战。

2. 阿多诺文化工业批判理论的生成语境

2.1. 时代背景

20 世纪 30 年代初期，法兰克福学派的学术影响力正处于上升期，欧洲却受美国经济危机的剧烈冲击陷入动荡。德国作为一战战败国，经济本就脆弱，这场危机更使其雪上加霜，陷入全面衰退。希特勒就任德国总理后，迅速集党政军大权于一身，正式确立纳粹极权体制——该体制以“超人哲学”和“领袖原则”为意识形态核心，通过对经济、政治、文化领域的全方位控制，将德国塑造成高度集权的社会。法兰克福学派是一个以犹太学者为主体的左翼学术团体，由于该派的批判立场和犹太身份，便成了纳粹政权的直接打击对象。身为犹太裔学者的阿多诺，也被迫先迁往英国避难，后于 1937 年流亡美国。抵达美国后，他目睹了一个矛盾的“自由国度”——这里的娱乐文化繁荣超乎他的想象，广播、广告、电影交织构成全天候的媒介景观，大众则沉浸在标准化的休闲消费中。这种景象，让始终坚守艺术严肃性的阿多诺既感震撼又深觉失望。在美国期间他逐渐意识到，美国绝非真正的民主乌托邦，而是一个以文化同化为手段的“软性独裁”社会。精英阶层借助大众传播技术牢牢掌控意识形态，将文化商品塑造成价值观念的载体，最终让大众在看似自由的消费行为中，逐渐丧失主体性与批判能力。尽管美国的社会制度、文化特质与纳粹德国存在差异，但它依旧是高度一体化的社会，文化呈现标准化的单质形态，而这种同质化的文化，本质上已沦为极权主义的附庸。因此，在阿多诺及其他法兰克福学派理论家眼中，无论是

纳粹统治下的德国，还是号称“民主自由”的美国，本质上都是高度一体化的社会，而生活在这类社会中的人，皆为“单向度的人”。阿多诺后来重新回到德国的原因之一，就是因为他不喜欢美国文化的极权主义气息，他甚至觉得自己有义务用母语德语来公开表达对文化工业的批判，在美国的这一经历，加重了阿多诺对文化工业的否定基调。

2.2. 思想渊源

阿多诺的文化工业批判理论植根于马克思主义批判传统，同时融合了马克斯·韦伯的“技术理性”框架。其一，是对马克思商品拜物教理论的继承与延伸。马克思在《资本论》第一卷第一章第四节中，集中剖析了商品的拜物教性质及其背后的秘密。在他看来，资本主义商品交换里，劳动产品一旦披上商品的外衣，就仿佛被附上了一层神秘色彩——“商品形式的奥秘不过在于：商品形式在人们面前把人们本身劳动的社会性质反映成劳动产品本身的物的性质，反映成这些物的天然的社会属性，从而把生产者同总劳动的社会关系反映成存在于生产者之外的物与物之间的社会关系。”^[2]阿多诺在他的文章《论音乐的拜物性和听觉退化》中，直接沿用了马克思的商品拜物教概念，点明文化工业正是通过标准化生产，把艺术的表现形式异化成了可复制的消费符号。“消费者真的崇拜他为托斯卡尼尼音乐会的门票所付出的金钱”^[3]，也成了其文化工业拜物教批判的理论基石。在阿多诺看来，这背后藏着资本主义社会深刻的文化异化——当听众买下昂贵的托斯卡尼尼的音乐会门票时，他们真正崇拜的不只是购票花费的金钱，更是这张门票所彰显的经济实力与社会地位，以及购买行为带来的成就感与优越感。至于音乐本身，反倒成了迎合听众喜好、满足市场需求的商品，丢了原本的艺术性与批判性；听众在意的不再是音乐背后的文化意涵与个人表达，而是它带来的短暂快感，慢慢失去对音乐的深层理解，最终造成了听觉的退化。就这样，人与艺术本该有的精神交流，被冰冷的商品关系彻底掩盖了。因此，他认为文化产业具有商品社会一切产业的基本特点，具有突出的拜物教特性或拜物教作用，其产品从一开始就是为了交换或者为了在市场上销售而生产出来的，所以不是艺术品，不是为了满足任何真正的精神需要。其二，韦伯“技术理性”框架的沿用。韦伯在其著作《新教伦理与资本主义精神》中提出的“理性”概念，核心是为“盘算与计算”。韦伯认为，资本主义精神的核心，就在于理性而系统地追求利益的态度，理性在资本主义社会中承担着在任何情况下都要计算利益得失的任务。霍克海默和阿多诺借鉴了韦伯这一观点，在合著的《启蒙辩证法》中进一步指出——随着资本主义不断发展，自然科学和机器大工业的生产使人对自然的支配达到前所未有的高度，可讽刺的是，这种对自然的支配最终转变成了人对人的统治，理性也在人与自然、人与人的关系里，彻底被工具化了。一旦理性沦为工具，就不再以追求真理、实现人的自由与发展为目标，反倒成了达成特定目的的“手段”。这意在说明，原本启蒙理性的初衷是把世界从迷信与神话的枷锁里解放出来，可到了这时，它却走向了自己的反面——本想推动社会进步、迈向文明，实际却加固了社会对人的统治，造成人的异化，让人类重新退回到“野蛮”状态，只不过这种“倒退的野蛮”，是以非暴力的形式呈现的。显然，霍克海默和阿多诺对“启蒙理性勇往直前”的这条道路没有那么自信，尽管这世界已经被启蒙了，可恐惧依然统治着世界。阿多诺在他后续的著作《文化工业：作为大众欺骗的启蒙》中，他把启蒙理性与文化批判结合，指出现代技术理性的扩张导致对人进行全面统治，铺天盖地的文化宣传又一步步麻痹着大众的精神世界。他看穿了启蒙理性的真实意图：资本主义的文化工业是要利用大规模文化商品生产来达到对大众日常生活的统治，技术理性在文化领域的体现，本质是对大众的欺骗和控制，是在培养大众对资本主义的驯化和服从。

2.3. 个人因素

法兰克福学派中，对音乐造诣极深的应该只有阿多诺，通常众人只知道他是哲学家和社会学家，其

实他还是一名音乐理论家和作曲家。阿多诺出生于一个富裕的中产阶级家庭，父亲是犹太裔的葡萄酒商，母亲是著名的女高音歌唱家，姨妈是一位钢琴家，他自幼接受古典音乐训练并有极高的音乐天赋，对高雅艺术有深厚的情感和崇敬的态度。但自 1937 年流亡美国后，在美国那片土地上，他深刻体悟到德语中的“物化”概念在当代社会的具体投射，物化思维已经渗透到美国人的普遍意识之中。之所以会出现物化思维的蔓延，文化工业要负主要责任，因为文化工业的内涵已经超越传统的文化概念了，它不是一种普通的文化现象，而是与科技、经济、社会等方面紧密交织的复杂系统，最重要的是，文化工业成了日常生活的重要组成部分，它不仅改变人们的休闲方式和消费行为，还重塑人们的价值观和身份认同。美国将工业技术应用于文化生产，如广播、电影、音乐产业，并通过大众传播塑造消费主义文化，美国文化工业的兴起与繁荣，对社会生活产生极大影响。阿多诺在德国习得的那种高雅文化、精英文化，已经被美国全新形态的文化工业景观颠覆了。1949 年，阿多诺回到法兰克福，他撰写了大量音乐美学方面的专著。在《美学理论》中，阿多诺反复批评资本主义文化工业造就了这样的社会——“丑恶的膨胀，美善的萎缩，焦虑的加剧，颓废的升级，喧闹的干扰等等问题，使原本陷入困境的人生显得更加苍白无力，麻木不仁，甚至逆来顺受。”^[4]在阿多诺那里，艺术应当承担着一种颠覆功能——艺术要具有社会革命力量，要打破常规、质疑权威，并为新的可能性开辟道路，不仅要反映现实，更要超越现实，一旦艺术放弃了自身的崇高目标，或是削弱了对真理内容的追求，就可能彻底堕入消费文化和享乐主义的陷阱，沦为商品化和即时满足的附属品。可以看出，在敏锐观察到文化工业是如何通过标准化、重复性和娱乐化的产品来消解大众的批判性思维之后，从小接受高雅艺术、对艺术有着天然尊重的阿多诺备受冲击，这也不得不让他将文化工业视为对高雅艺术的降格和异化。提及阿多诺的个人经历是想说明，正因为他从小接受贵族式的教育，又常年被高雅文化浸润，所以他的审美品味就决定了他天然倾向于与阳春白雪式的艺术作品达成精神共鸣，对那种媚俗的、通俗的文化工业保持着一定的心理距离。学界普遍认为阿多诺的精英主义太明显，这样的评价虽然比较片面，但在了解他的背景后，那样的评价也并非空穴来风^[5]。

3. 阿多诺文化工业批判理论的核心内涵

3.1. 文化工业的本质界定

在《启蒙辩证法》中，以及阿多诺后续的一系列论述里，文化工业被界定为资本逻辑与技术理性共同规训下的异化文化生产体系。它的本质绝非人们通常理解的“大众文化”——那种自下而上、由民众自发生成的文化形态，而是资产阶级利用广播、电影、唱片、报刊等现代传播技术，把文化彻底拽进工业生产轨道的标准化商品制造过程。在这个体系里，文化、艺术本该有的批判潜能和审美独立性被彻底消解，文化产品的目标不再是满足人的精神需求，而是把实现交换价值当成了终极方向。不管是好莱坞电影里套路化的叙事、流行音乐中程式化的编曲，还是报刊杂志那套模板化的内容，全都循着可复制、可预测、可批量生产的工业逻辑走，像流水线上的零件一样，被制造成千篇一律的文化商品。这些文化商品的作用很简单，用这种虚假的差异激起受众的消费欲望，免得大家因为内容单调而产生抵触。更进一步说，文化工业还藏着“意识形态”的功能。娱乐与消遣只是文化商品的表面，它把受众困在被动接受的感官刺激里，用即时的满足感麻痹人的批判意识，大众在沉浸于这种虚假幸福的同时，会不知不觉认同现有社会秩序的合理性，到最后，人变成只懂追求消费的“单向度存在”——这恰恰是启蒙理性的自我背叛，也是对人性的工具化塑造。

3.2. 文化工业的意识形态功能

阿多诺对文化工业的批判至今仍如一把锋利的手术刀，精准剖开晚期资本主义社会的隐秘肌理。在他笔下，文化工业绝非简单的娱乐流水线，而是资本主义精心编织的“意识形态隐形网”，它用标准化

的生产模式将电影、音乐、流行文化变成可批量复制的商品，表面承诺“满足大众需求”，实际上将社会规范塞进日常消费的缝隙里。好莱坞类型片反复上演着财富积累与家庭和谐的叙事，流行音乐的歌词总在歌颂消费主义的“快乐”，这些并非偶然的巧合，而是资本逻辑的精密运作。它不靠口号喊话，而是借着银幕上的欢笑、旋律中的节奏，让受众在不知不觉中接受“成功 = 财富”、“幸福 = 消费”的单一价值。久而久之，文化不再是照亮现实的镜子，反而成了维持秩序的隐形推手——人们在影院里笑着认同爱情模板，在耳机里沉醉于简单旋律，却忘了质疑这些叙事背后的权力逻辑。阿多诺一针见血地指出，这种控制的可怕之处在于它的“自然化”，它让社会规范变得如此“理所当然”，以至于人们连“为什么”都不愿去想，只觉得“这就是生活本来的样子”。在当代数字时代，算法推荐与社交媒体更是将这一机制推向极致：我们以为在自由选择内容，实则被数据编织的茧房困住，每一次点赞、每一次刷新，都在强化既定的价值体系。文化工业的真正目的，从来不是创造艺术，而是确保资本主义社会的稳定运行，它剥夺了文化的批判性与解放潜能，将人异化为被动的消费机器。当文化沦为商品，当思考被愉悦消解，阿多诺的警告便显得格外刺耳：在这样一个被文化工业塑造的世界里，真正的自由或许已如风中残烛，而觉醒的起点，正是从重新质疑“为什么我们总在消费，却从不问‘这是否值得’”开始。

4. 阿多诺文化工业批判理论的现实困境

4.1. 时代语境与技术环境的错位：从“单向传播”到“互动参与”

阿多诺的文化工业批判建立在“技术即工具理性”的预设之上，将技术视为资本操控大众的直接工具。回顾《启蒙辩证法》，霍克海默和阿多诺在全书的开头表明：“被彻底启蒙的世界却笼罩在一片因胜利而招致的灾难之中”[6]，可以看出，工业文明的进步、技术理性的应用在霍克海默和阿多诺看来是场“人类灾难”，显然这是一种悲观主义文明论[7]。在阿多诺看来，传统技术的突出优势使文化产品被大规模复制，而单向度的传播模式剥夺了受众的反馈与参与，最终塑造出被动接受、缺乏反思能力的“大众”形象。然而，当代数字技术的发展已从根本上动摇了这一理论前提。一方面，以社交媒体、短视频平台和用户生成内容(UGC)为代表的数字媒介，构建起高度互动的双向传播结构，受众不再是文化的被动消费者，而是通过评论、转发、二次创作等方式积极介入文化生产。这种对既有文化文本的解构与再创造，恰恰打破了阿多诺所批判的“标准化 - 被动接受”模式，展现出前所未有的主体性与创造性。另一方面，阿多诺未能预见技术所蕴含的“去中心化”潜能。尽管数字技术确实被用于资本对注意力的收割，但它同样为小众文化与边缘群体提供了前所未有的表达空间。技术在此展现出复杂的双重面向——既是控制的工具，也可能是抵抗与赋权的载体。这种辩证性远超阿多诺“技术 = 资本控制”的单一逻辑，使其理论在解释当下多元、动态、参与式的文化实践时显得力有未逮。实事求是地说，早期法兰克福学派、阿多诺确实看到了技术理性造成的“社会危机”，但在21世纪的今天看来，太过于夸大了技术理性的负面效应，它并非没有带来显著的积极影响：在物质生产领域，技术理性将生产过程标准化、量化管理，不仅合理地进行资源配置，还极大提升了生产效率，使生产力不断增长；在精神生产领域，文化工业的批量生产降低了艺术创作和传播的成本，文化不再局限于精英阶层，而是以低廉的价格进入大众生活，打破了阶级间的文化壁垒，大众能接触并参与文化消费，某种程度上实现了文化资源的民主分配；在社会生活领域，技术理性通过效率优化、科学决策与标准化，推动社会秩序、技术创新及生活便利，是现代经济发展与制度构建的核心基础。

4.2. 精英主义倾向与受众能动性的矛盾：受众何以能动？

阿多诺的文化工业批判始终带有鲜明的精英主义立场。他将文化工业贬斥为“媚俗”与“低级”的文化形态，将大众简化为缺乏批判能力的“被动接受者”，认为他们在“快乐原则”的驱使下，沉溺于肥

皂剧、流行音乐等文化产品所提供的“虚假满足”之中，无法识破文化工业背后的意识形态操控，最终被悄然驯化。然而，当代文化研究的理论进展，如斯图亚特·霍尔的“编码和解码”理论与约翰·费斯克的“文化工业快感”理论均有力地揭示出受众远比阿多诺所设想的更具主体性与能动性。根据霍尔的观点，同一文化文本在传播过程中存在三种解读立场：主导－霸权立场下，受众虽认可文本意识形态，但会结合自身经历调整理解；协商立场中，受众既接受文本核心观点，又对部分内容提出质疑，比如观看职场剧时，既认同奋斗价值，又批判剧中对加班文化的美化；对抗立场则更具批判性，受众会完全颠覆文本意图，如从消费主义广告中读出对大众的操控。约翰·费斯克的“文化工业快感”理论又更进一步印证了受众能动性，大众从流行文化中获得的不只是“虚假满足”，还有主动创造的快感，便是对文化工业产品的重构。当代文化工业的新研究，都与阿多诺的批判形成鲜明对比，也让文化工业研究更贴近现实。

4.3. 资本逻辑批判的滞后性：从“实体商品化”到“符号与数据资本化”的脱节

阿多诺将文化工业的核心矛盾界定为文化的商品化，文化产品被简化为可交换的商品，审美价值让位于利润诉求，这一批判精准击中 20 世纪中期“实体文化商品”的资本逻辑——电影创作以冲刺票房为终极目标，音乐价值以唱片销量为主要导向，文化的艺术属性服务于商品交换属性。但进入数字资本主义时代，资本对文化的控制已从“实体商品化”升级为“符号资本化”，阿多诺的批判框架逐渐难以覆盖新型资本形态。所谓的“符号资本化”，就是将文化产品的价值锚点脱离实体交换，转向“符号意义的生产”，这一现象的源头可以追溯至法国哲学家鲍德里亚所揭示的消费社会符号逻辑的全面渗透。在鲍德里亚看来，区别于生产社会，在消费社会中，商品才是人们追求的目标。在生产社会中，人们的消费完全是出于维持生命和繁衍后代的真实需要，消费的是商品的使用价值，然而在消费社会，不是根据商品的使用价值和商品的实际有用性来消费了，而是去消费商品能体现出来的地位、声誉、品位、时尚等具有的“符号象征意义”。更深刻地说，人们其实是在购买商品的“符号”，购买商品背后的阶层意向，希望通过这件商品与自己向往的阶层建立联系，或者是以高于自身阶层的消费偏好为参照，用商品实现自己的身份跃迁。这样，商品成了消费社会划分阶层、标识身份的特殊载体。为了追求某种商品内在的象征意义，人们愿意超前消费，甚至愿意消费那些超出其使用价值数倍的商品。市场上流行什么，人们就乐此不疲地消费什么[8]。文化工业也开始遵循“符号资本化”的逻辑，漫威电影就是典型的例子——先给角色编码符号，用“美国队长”代表“爱国正义”，“钢铁侠”象征“科技反叛”；再通过系列电影和社交媒体放大这些符号，引发粉丝对角色精神的持续讨论；最终观众为符号买单。看电影不只为剧情，更是认同符号承载的价值观，资本靠操控符号轻松盈利，正契合鲍德里亚“消费符号而非商品”的理论，这种依靠“符号经济”的资本逻辑完全超出阿多诺的理论视野。

5. 阿多诺文化工业批判理论对我国的现实启示

5.1. 警惕“商品化异化”，坚守“文化价值优先”

阿多诺指出，资本主义文化工业的根本危机在于“商品化异化”——当文化产品的交换价值凌驾于使用价值之上，资本逐利逻辑便会吞噬文化本应承载的精神滋养、价值引领与批判反思功能，沦为批量复制的利润工具。这一警示对我国当前文化生产领域具有强烈的现实观照：在流量经济与资本扩张的双重驱动下，部分文化生产主体陷入“唯流量论”的异化误区，如短视频平台为追逐点击量推送低俗直播、标题党营销；影视行业因数据焦虑，催生出流量明星、天价片酬与粉丝的刷量控评；网络文学扎堆爽文模板以实现快速变现等。这些现象本质上都是文化使用价值的失落，即文化对人的精神培育、对社会文明的传承功能被资本利润所遮蔽。然而，我国作为社会主义文化强国，文化生产的根本立场是“满足人

民日益增长的精神文化需求”，这决定了我们必须超越阿多诺的悲观批判，在承认文化商业属性的同时坚守文化价值优先的底线——文化生产者需要回归文化初心，将精神滋养、价值正向、文化传承作为创作核心，通过聚焦社会发展关键议题的现实叙事、以现代艺术语言激活传统美学精髓的创新表达，以文化价值的深度彰显打破流量至上的桎梏，实现商业性与文化性的有机统一；文化平台则需重构评价体系，打破“流量 = 收益”的单一导向，将内容质量、社会影响力、价值观契合度纳入考核维度，通过流量倾斜与政策扶持引导创作方向向文化价值聚焦；同时，需通过制度规范遏制资本对文化生产的无序操控，防止资本通过垄断版权、操控审美等方式绑架文化价值，最终确保文化始终服务于人的全面发展，而非资本逐利的附庸。

5.2. 打破“被动接受”，提升大众“媒介素养”

文化工业对大众的“意识形态控制”，本质是靠娱乐化、感官化的内容使大众习惯在碎片化娱乐里获取即时快感，对文化产品的批判反思能力便会慢慢流失，最终沦为资本逻辑与标准化内容的“单向度接受者”。这一判断放在我国当下的文化消费场景中，警示意味同样鲜明——算法推荐主导的传播生态里，信息茧房不断固化大众的文化偏好，让大众被动接收同质化、低质化内容；一些逃避现实的爽感文化、甜宠内容，还会弱化大众对社会议题的理性关注，进一步加深被动接受的困境。要打破这种局面，核心在于系统性提升大众媒介素养，推动人们从“被动接收者”转向“主动阐释者”。第一步要做的，是引导大众建立“批判性消费意识”，即看清文化产品背后的商业逻辑与价值导向，不盲目追捧迎合感官刺激的低俗内容，也不把娱乐化内容等同于现实认知，学会用理性视角区分文化产品的娱乐性与思想性。在此基础上，还需鼓励大众主动突破信息茧房，有意识地接触传统文化、现实题材、多元学科等非偏好内容，在拓宽文化视野的过程中，慢慢培养独立的审美与判断能力。而要让这种素养提升形成长效，关键在于将媒介素养教育融入国民教育体系与社会文化建设，中小学可开设“信息辨别与批判”相关课程，社区多组织“媒介素养公益讲座”，主流媒体也可推出“文化消费指南”类内容。通过这些方式，帮助大众看懂文化工业的运作逻辑，掌握抵御“被动化操控”的方法，为社会主义文化工业的健康发展，筑牢“受众主体性”的坚实根基。

5.3. 强化“价值引导”，规范“文化工业”秩序

顺着阿多诺对文化工业的批判，我国强化价值引导、规范文化工业秩序，核心是在“放活”与“管好”之间找平衡——既不能任资本牵着文化走，也不能让规范捆死创作活力。价值引导的核心困境，在于避免“说教式表达”——若将主流价值观直接嵌入文化产品，可能导致受众抵触，反而削弱传播效果；而若过度迎合市场，又可能消解价值内核。具体来说，价值引导要做“实”，不是空喊口号，而是给扎根现实的创作递“梯子”，实现价值与内容的有机融合。

其一，以“创作规划会”、“剧本扶持计划”的方式，将价值导向深植创作源头。例如国家电影局每年发布“重点电影选题规划”，围绕重大历史节点如建党百年、新中国成立 70 周年、社会发展主题(如脱贫攻坚、科技创新)等，组织编剧、导演、制片方开展创作研讨，提供历史素材、专家指导；同时对入选规划的项目，给予剧本打磨补贴、后期制作资助，降低创作风险，像《长津湖》《流浪地球》等作品均源自此类规划，前者通过战争场景的工业化呈现传递“爱国主义”，后者通过科幻叙事表达“中国科技自信”，既符合价值导向，又能获得市场认可。

其二，根据不同受众群体的媒介使用习惯，构建差异化的价值传递场景。面向青少年群体，在短视频平台推出“非遗少年说”、“党史小课堂”等轻量化内容，用动画、情景剧形式解读主流价值观；面向中老年群体，在电视端播出现实题材剧集，通过家庭叙事、时代变迁传递家国情怀；面向高端受众，在

院线、艺术影院放映艺术电影，以人文思考呼应文化自信。这种精准的分众传播，既能避免价值引导的“一刀切”，又能提升文化产品的传播效率。

其三，建立“容错-纠错”协同机制，形成文化市场创新试错的包容空间。对于具有探索性质的文化创作内容，应在坚守价值底线的前提下，给予一定的试错包容空间，允许市场资本尝试“价值与娱乐”的融合表达方式。以历史文化类作品为例，内容创作在尊重历史的基础上，合理融入现代化的视听语言与叙事节奏——如《长安十二时辰》在展现大唐盛世风貌时，将悬疑叙事与紧凑节奏相结合，突破了传统历史剧“说教式”的表达手法，而又因始终以庄重笔触锚定唐代的开放包容与崇文尚礼，在形式上并未完全消解历史严肃性，获得年轻观众的追捧，既尊重了市场的创新意愿，又守住了价值底线。

参考文献

- [1] 习近平在中共中央政治局第四十三次集体学习时强调深刻认识马克思主义时代意义和现实意义继续推进马克思主义中国化时代化大众化[N]. 人民日报, 2017-09-30(01).
- [2] 马克思. 资本论(第1卷)[M]. 北京: 人民出版社, 2021: 88.
- [3] (德)特奥多·阿多尔诺. 阿多尔诺基础读本[M]. 夏凡, 译. 杭州: 浙江大学出版社, 2020: 222.
- [4] (德)阿多诺. 美学理论[M]. 王柯平, 译. 成都: 四川人民出版社, 1998: 6.
- [5] 赵勇. 整合与颠覆: 文化工业的辩证法: 法兰克福学派的文化工业理论[M]. 北京: 北京大学出版社, 2005: 41.
- [6] (德)霍克海默, 阿多诺. 启蒙辩证法[M]. 渠敬东, 曹卫东, 译. 上海: 上海人民出版社, 2006: 1.
- [7] 王凤才. 批判与重建——法兰克福学派文明论[M]. 北京: 社会科学文献出版社, 2004: 4-6.
- [8] 余源培. 评鲍德里亚的“消费社会理论”[J]. 复旦学报(社会科学版), 2008(1): 15-22.