

9-2010

21世紀影響文化工業的新勢力：科技

Siu Lun, Alan YUEN

Follow this and additional works at: <http://commons.ln.edu.hk/mcsln>

 Part of the [Critical and Cultural Studies Commons](#)

Recommended Citation

阮兆倫 (2010)。21世紀影響文化工業的新勢力：科技。文化研究@嶺南，20。檢自：<http://commons.ln.edu.hk/mcsln/vol20/iss1/9/>。

This 文化評論 Criticism is brought to you for free and open access by the Department of Cultural Studies at Digital Commons @ Lingnan University. It has been accepted for inclusion in Cultural Studies@Lingnan 文化研究@嶺南 by an authorized editor of Digital Commons @ Lingnan University.

21世紀影響文化工業的新勢力：科技

阮兆倫

大眾經常把「文化工業」與「流行文化」兩種概念混為一談，生活在現代社會，大眾容易受大規模工業生產模式與消費主義影響，對傳統藝術美學與文化審議準則產生變化。

法蘭克福學派最初提倡「文化工業」作為對新一代大眾流行文化的批判與反思，整個概念由誕生、演變以至後來的不斷沉甸所經歷的時間並不算長，但與傳統藝術（文化）概念不同，「文化工業」概念有助我們了解現代社會的流行文化，如何受資本主義高度工業化生產過程影響，同時解釋傳統文化為何與新興流行文化在路綫上逐漸產生分歧。另一方面，「文化工業」往往較傳統文化來得複雜，易受外在因素干擾，使詮釋過程變得困難重重。

文化工業：去除舊文化的獨特性

一種文化的誕生往往包含多種元素，例如不同的社會環境與民生風俗習慣，以及不同國家所奉行的政經制度。但在文化的論述過程中，法蘭克福學派經常把「文化工業」與「大眾文化」相提並論，因為他們認為文化工業有脫胎自流行文化的本質，這些本質若再加上現代社會奉行的資本主義與傳媒大規模資訊傳播活動，使文化工業產生的源頭開始變得多元化，使傳統文化的發展本身變得複雜，涉及更多不同階層，文化開始去除原有的獨特性和逐漸走向一體化。

以往，無論音樂、表演藝術、電影、報章、雜誌以至其他出版物（如書籍），按時代的發展在形式及規模上不斷演進，各自均有不同程度的發展。法蘭克福學派認為部分文化產物因性質及生產模式與傳統文化藝術有差異，使新一代大眾文化生產開始出現變質。以電影為例，其生產模式由以往充分參照資本主義工業化社會的發展特性，過程中由以往小規模生產及注重藝術個人化特質，逐漸演變成為跨國及大規模生產與共

享同一套文化價值標準，使本來應存在著差異的各種文化正逐步走向同質化，同時配合資訊科技的同步發展，資訊的交流速度加快，使文化「工業化」的步伐被進一步加速，進而改變文化的基本發展特質和傳統文化價值的深度。

若從另一角度剖析，文化工業在意義上其實可被視為「現代版」的大眾文化。受工業化與大規模生產模式影響，文化工業的產生方法已愈來愈貼近現代化工業的大規模生產模式，同時這類型文化工業普遍擁有以下四種不同特質，包括：1) 跨國度、2) 講求技術、3) 專門化與 4) 鼓勵消費，在這四種特質不斷交織影響下，新一代衍生的文化正逐步被商品化、標準化與強制化的現代生活觀念所取代，使文化生成的支配元素變得更繁複。

蘋果，為文化工業帶來轉變？

不過有跡象顯示，文化工業會隨技術及資訊科技革新而進一步改變其生產及存在模式，這並非在本質上有分別，而是新一代的文化工業受互聯網和技術進一步革新影響，可能與上世紀初時存在的文化工業形式有不同，這裡嘗試列舉蘋果電腦作為例子。

由蘋果電腦生產的個人數碼消費產品，由於具有高科技及滲入設計師強烈的個人元素，所以總會引起本地傳媒廣泛關注，其關注程度甚至遠超其他對手，經常在意想不到的媒介位置，如六點半新聞末段或報章 A1 版面看到有關報導。

事實上，近年由蘋果主導的個人數碼產品消費市場，其銷售模式已完全脫離這類型產品原有的商業對客戶 (B2C) 單向行銷手法，蘋果正試圖以他們主導的全新生產及設計模式，把更多新概念推銷給全球各國用家，使新一代文化工業開始以不同的形式誕生。

例子一：iPod 推動數碼音樂發展

80 年代，我們開始由唱片、錄音帶轉變為聽 CD，但這只是技術及載具上的轉變，聽歌的模式基本上沒有太大的不同，但現在我們聽的已是數碼音樂，同時蘋果更革新了

整個行業對版權及歌曲銷售的營運管理，結合互聯網，以合法方式容許網民直接下載他們想要的歌，這些相應措施，為數碼音樂帶來規範的發展。

時至今日，下載歌曲數量已遠超 CD 的銷售量，而為唱片公司帶來的盈利更是大幅傾向前者，即使是較為保守的香港本地音樂市場，CD 的銷售量近年亦大不如前，而受惠於硬件加軟件的配套設計，使蘋果在 MP3 音樂播放器（iPod）的市場銷量很快超越對手，成為現時北美及歐洲地區最大的「音樂零售商」。

例子二：USB 介面普及化

相信今天沒有人未聽過 iMac 這個名字，今天的 iMac 電腦當然經歷了很多代的演變才逐漸發展成現時的模樣。最初 iMac 的出現，其設計理念充分體驗蘋果設計師希望一反傳統的心思，例如機身改用半透明粉彩外殼及採用主機與電腦螢幕一體化設計，同時機身棄用當時還非常盛行的 1.44MB Floppy 軟磁碟機而改用當時仍未普及的 USB 介面，結果 iMac 的流行改變了人們對個人電腦的「箱型」傳統印象，同時亦使行內開始對產品設計加倍留意，使電腦本身能以全新面目示人。

例子三：雲端檔案管理

以往，我們非常依重電腦內儲存的檔案，但有經驗的電腦用家相信也知道，過份依賴電腦，萬一電腦出現問題，所有辛苦建立的資料便會付之闕如。所以早於 10 年前，蘋果已嘗試開發 iTools 工具與電腦作業系統融合，主動為用戶提供雲端儲存機身設定、瀏覽器書籤檔與用戶電郵帳號等資料，所有資料會加密並上傳至互聯網，使作業系統部分功能與互聯網融合，從而改變人們使用電腦的習慣。今天當然大部分系統也有這項特點，但在當年頻寬還不足的年代，蘋果是首批同時把雲端檔案管理概念引入電腦作業系統的公司。

例子四：革新使用意識

iPhone、iPad 充分體驗蘋果革新使用者意識和對產品應用體驗的設計心思，例如用家不需要花太多時間便能掌握產品基本操控，與此同時，蘋果每每較其他廠商更樂於使用新技術，使蘋果成為推動科技的先行者。多年來，蘋果推行的技術範圍相當廣泛，

例如最初的電腦桌上排版，使出版業工作流程大幅簡化，而多媒體技術的革新，亦使電腦走出以往呆板單向的文字處理工作陰霾，使電腦變成消閒娛樂的樞紐。多點解控面板設計，使原來複雜難用的智能手機變得更直覺易用。注重和革新使用者對產品的使用意識，使個人數碼消費產品及蘋果主導的設計意念能突破傳統框架限制，上升至另一層次，成為文化風尚。

當然，本文並不打算從褒貶角度述說蘋果產品的好壞，反而希望能集中焦點，剖析蘋果原本作為一家行將倒閉的硬件公司，如何在大眾建立起一套獨特的新型數碼產品消費文化，透視蘋果如何透過建構及改變市場定位，把原先日暮途窮的電腦硬件業，轉型成為包含個人數碼音樂與多媒體娛樂元素的新型「文化工業」。

班雅明眼中的文化工業

作為法蘭克福學派中堅分子，班雅明認為，研究文化工業應從四方面，包括文化、藝術、生產力與技術著手，蘋果電腦的例子可以看到生產力與技術對重塑新一代文化工業的重要性。班雅明剖析文化工業時更嘗試引用當代文學作家進行解釋，認為不同年代的文學作品需反映和突出該年代的文化生產及與社會兩者之間的互存關係，使文學能反映當代社會的某些特質和面貌。

相信我們不難找到生產力與技術兩者與工業之間的脈絡關係，班雅明認為現代化工業技術進步，使文化的複製與傳播變得更快更容易。文化經由工業技術複製，最終效果是新一代文化正逐漸失去傳統吸引力，例如今天大部分家具都是由工廠以大規模生產方式製作，雖然售價因此而大幅下調，但大規模生產的結果，使我們對傳統工藝與美學的鑑賞能力下降，失去了傳統文化本來自立的獨特性和深層意識。

閱讀張愛玲的小說，除了看到 40 年代上海動蕩的一面，還有 50 年代她旅居香港時反映她內心對於兩地社會與時局的矛盾（作品如《秧歌》），這些經張愛玲撰寫的作品本身都有它獨特的時代位置，雖不能說張愛玲的小說商品化，但她的作品卻充分反映當代文化對於把當時社會的部分特質。這些特質，正好與上一代的文化工業講求高速複製及以藝術角度經重新包裝的特性相映成趣。

參考資料：

史文鴻 (1992)，《史文鴻的大眾文化批判》。香港：次文化堂。

梁旭明，〈文化工業：資本主義消費的媒介工業〉，《思》神學雙月刊，第 65 期，
2000 年 1 月，香港基督徒學會。