

从“公共领域”到“交往理性”

——法兰克福学派传播批判理论述评

张 羽

内容提要 本文介绍了法兰克福学派的传播批判理论的基本观点，并加以评述。霍克海默和阿多诺认为，晚期资本主义国家的“文化工业”变成了一场大骗局，成为束缚意识的桎梏。马尔库塞对此作了更深入的论述和批判，他认为文化工业是向大众提供了一种“虚假需要”，使人日趋成为畸形的“单面人”。哈贝马斯在对大众传媒被资本主义国家所掌握和垄断，公众失去了自由发表意见的媒介物的现状进行批判的同时，提出了“公共领域”“交往理性”的理论。这些理论为我们认识当代发达资本主义国家提供了不少有用的材料和富有启发性的观点，但也分别存在着缺陷：仅限于意识和精神领域，缺乏充足实证依据；常有乌托邦色彩；缺乏普遍性等。

关键词 法兰克福学派 传播批判理论 评述

如果把西方大众传播理论的历史，大体归纳为自由主义话语时期、社会进步与实用主义话语时期和文化批判话语时期三个大的历史连结点的话，那么在文化批判话语时期，法兰克福学派的大众媒介批判理论，就可谓是最引人注目的了。因为他们的强烈价值介入的批判理论，穿越了以往单一的实用主义、专业化思维，把西方传播研究带进了由“媒介、文化和社会”构成的“场”中，用法兰克福学派第一代代表人物马尔库塞的话来说，就是“用交叉学科的方法探讨了当时重大的社会问题和政治问题，打破了学术分工，将社会学、传播心理学、哲学运用于认识和提出当时的各种问题，并试图回答这些问题”，是“法兰克福学派最重要的理论贡献”^[1]。法兰克福学派的成员多，其理论涉及哲学、政治经济学、社会学、语用学和传播学等许多领域。本文拟对该学派中最有代表性

且影响最大的霍克海默（Max Horkheimer）、阿多诺（Theodor W. Adorno）、马尔库塞（Herbert Marcuse）和哈贝马斯（Jurgen Habermas）等，关于大众传播媒介的批判及其所建立的“文化工业”“真假需要”“公共领域”和“交往理性”等传播批判理论展开评述，以期对法兰克福学派传播批判理论的认识有所深化。

法兰克福学派是由法兰克福社会研究所第二任所长、德国著名哲学家霍克海默创立的。这个研究所是1923年在德国莱茵河畔城市法兰克福成立的。自20世纪50年代开始，不少学者特意用“批判理论”这个名词，来指法兰克福学派的学说。批判理论的形成过程，可分为以霍克海默、阿多诺和马尔库塞为代表和以哈贝马斯为代表两个阶段。

霍克海默和阿多诺对大众传媒的批判是以前宰概念“文化工业”为基点的。1963年阿多诺在《文化工业再思考》中对“文化工业”一词作了这样的解释：“‘文化工业’这一说法，是在霍克海默和本人1947年在阿姆斯特丹出版的《启蒙辩证法》一书中最早使用的。在草稿中我们起初使用的是‘大众文化’的说法。后来我们代之以‘文化工业’的概念，以便从一开始就排除‘大众文化’的倡导者的这一辩解：这是一个文化问题，它自发地产生于大众本身，只不过是通俗艺术的当代形态而已。文化工业必须与之严格区分开来。文化工业在旧的为人所熟知的东西中注入新的特质。在其各个分支中，那些带有大众消费性质的产品往往是有计划地生产出来的。这些分支具有相同的结构，互相沟通，处于没有什么差别的系统之中。而这一切成为可能，皆与它采用的技术手段以及经济和管理集中化有关。”^[2]这就很明确，“文化工业”不同于产生于大众本身的“大众文化”。因为大众文化体现着大众趣味的多样性，而且这种趣味是可以根据大众自身来取舍定夺。而文化工业则是有计划、有组织的依靠技术性的、用现代大工业生产方式制作出来的，因而具有标准化、模式化的特征。正由于此，“文化工业”成了法兰克福学派中对大众传媒批判最为激烈、影响也最为深广的批判理论。这个术语也是阿多诺使用最多的术语。

报刊、广播、电影、电视、录音录像等大众传媒的生产之所以成为“工业”，就在于其借助科技力量，能够自动控制、批量生产，这种生产方式完全是工业化的。因而它可以大批量生产千篇一律的文化产品，可以将人们的思想、情感纳入统一的意识形态和形式中，最终导致个性的淹没。对此，阿多诺说得很明白：“文化工业的整体效果是种反启蒙的效果，就像霍克海默和我注意到的那样，其间本应是进步的技术的启蒙，变成了一场大骗局，成为束缚意识的桎梏。它阻碍了自主的、独立的个

性发展，这些个性本来是很明智地为自己作出判断和决断的。”^[3]

既然是文化“工业”，那必然是一种市场化、商品化的生产。商品经济是以追求最大利润为原则的。正如霍克海默和阿多诺所言：“文化工业只承认效益”。当文化的追求与利润的追求发生矛盾时，文化的追求就要为利润的追求让路，这就是文化工业的运作逻辑。阿多诺在对流行音乐分析批判时认为，流行音乐纯然是商业炒作。流行音乐所表现出的标准化和伪个性化，很大程度上归咎于文化工业的商品拜物教性质，其结果必然导致听众鉴赏力的退化。这就是文化赖以安身立命的个性、风格、独特性、独创性的失落。

阿多诺认为，文化工业还有着意识形态的强制作用。在文化市场上缺乏的是给人以精神享受的精品，而充盈的则是大量粗制滥造的东西。就是这些“文化垃圾”、“视觉垃圾”一类的东西，却能够凭借资本的充足底气来强行推行资本主义的秩序，用文化工业的意识形态替代大众的意识乃至无意识，由此也就俘获了大众的心灵。

法兰克福学派另一位代表人物马尔库塞在他1964年出版的《单面人》一书中认为，文化工业是向大众提供了一种“虚假需要”。这种需要只是一种物质的需要，它是和人们所追求的真正需要如创造、独立和自由、把握自己命运、自我实现等相背离的，人们一旦沉溺于文化工业所制造的休闲、享乐、广告、消费等流行于世的需要中，在技术理性和市场权利的宰制之下，政治、文化、经济都为商品拜物教所支配，人就会泯灭对抗、批判和超越的因素，日趋成为畸形的单一维度的人。

法兰克福学派对文化工业的严厉批判，一方面旨在恢复马克思主义的批判本质，发挥对现存事物批判的哲学的真正功能；另一方面也与他们中的一些人的个人遭遇有关。当这些学者（如霍克海默、阿多诺等）逃离德国法西斯的迫害而流亡美国，其谨严深湛的哲学思辨传统与美国社会科

学中反思辨的倾向发生了冲突。当他们置身于喧闹浮嚣的美国文化中所感受的是这个商业社会的金钱统治力量和技术理性权利,这种“权威主义”利用大众传媒强求公众接受同一模式的文化,这是意识形态霸权的美国形式。从性质上说这与德国法西斯的强权统治并无两样。出于对本土法西斯的憎恨以及学术传统的延续性,他们得风气之先,采用言辞激烈的批判方式,来谈论美国大众社会和大众传播媒介,但这决不是无的放矢。

二

法兰克福学派第三代批判理论家哈贝马斯,是当代法兰克福学派中最有影响、至今仍活跃在西方思想界的著名哲学家、社会学家。他与老一代法兰克福学派的不同点在于,从研究方法上把法兰克福学派的辩证法理论同实证主义、哲学释义学结合起来,实现了“语言学的转向”,以交往行为为核心,建立了一个庞大的总体性哲学;从思想上把激进主义引向改良。他对大众传媒的批判主要体现在他提出的“公共领域”和“交往理性”理论。

“公共领域”的概念,源自于哈贝马斯 1961 年的教授论文《公共领域的结构转型》,这也是他的成名作。哈贝马斯的公共领域理论是为了唤起人们、特别是青年人对当时德国政治生活中的不民主和不自由现象,及其危险发展趋势的关注。公共领域理论引起西方学界的兴趣是 20 世纪 80 年代的事。主要原因是 80 年代末东欧解体,以及市场机制被引进到西欧传播领域,西欧人引以为豪的大众服务式传播媒介随之纷纷解体,面对文化资源分配模式的改变以及传媒与政治的关系等,公共领域问题被提到议事日程上来了。在哈贝马斯看来,“公共领域”是产生于以国家和司法为代表的公共权威领域与以市民社会和私人关系为代表的私人领域之间的公共领域,这个领域率先产生于文学艺术之中,后又扩大到大众传播媒介,进而影响政治。事

实上,公共领域的体制,其核心是由被报纸及后来大众传媒放大的交流网组成的。正如哈贝马斯所言:“他们的阅读兴趣主要集中在当时的最新出版物上。随着这样一个阅读公众的产生,一个相对密切的公共交往网络从私人领域内部形成了。”[4] 所谓“他们”是指 17 世纪英国和 18 世纪法国因资本主义的发展而形成的一个新的阶级,即资产阶级。哈贝马斯对这个时期的法律和舆论制度,所起的政治功能以及所依赖的自由和理性原则,给予热情赞扬。同时,他对 19 世纪下半叶以后,资本主义经济在垄断资本主义的发展中,导致的财富分配不平衡,进而导致进入和控制公共领域的平等提出批评。他认为,19 世纪下半叶以后,公众的喉舌——报纸和大众宣传工具逐渐被少数人、被社会团体、政党,最后被国家所掌握和垄断,成了为他们的利益服务的工具。公众失去了自由发表意见的媒介物,从而也丧失了他们过去享有的一切权利。他们原来在政治上发挥的作用,现在被以集体为幌子,实际上是为少数人谋利益的社会团体和政党所代替;原来他们手中的工具,现在倒过来成了政党的工具。公众裁决愈来愈成了行政裁决;并且,行政裁决对公民来说,越来越成了看不见的东西和不能批评的东西。[5] 按哈贝马斯的构想,公共领域的理想模式应是建立一个民主的、平等参与的、自由讨论的整合社会。对此,哈贝马斯是这样解释的:“我想把‘民主’理解为制度上得到保障的普遍的公开的交往形式,而普遍的公开的交往涉及的是这样一个实践问题:在人们支配[自然的]力量不断扩大的客观条件下,如何能够和愿望彼此生活在一起。”[6] 这就引出了哈贝马斯的另一个核心概念:“交往理性”。与交往理性不相容的是“工具理性”。工具理性是启蒙精神在发展中走向它的反面的结果,它的形式主要在于科学技术作为第一生产力并执行了意识形态的功能。在哈贝马斯看来,工具理性损害了人类的生活世界,导致了正常

的人际交往结构的破坏，造成人对人的统治。

我们知道，人是社会中的人。人在社会中总要形成这样那样的关系。在这种相互关系中，人不能脱离交往活动。人类社会愈发展，人愈离不开交往活动。事实上，人类的一切信息传播的历史，都是人类交往活动的结果。但奇怪的是，在信息高度发达的资本主义国家，人们时时感觉到交往的困难与复杂。这当然明显地表现在精神的交往和思想沟通方面。因此，哈贝马斯提出了一个救赎社会的方案：“合理化”交往。哈贝马斯说：“我把以符号为媒介的相互作用理解为交往活动。相互作用是按照必须遵守的规范进行的，而必须遵守的规范规定着相互的行为期待，并且必须得到至少两个行动主体〔人〕的理解和承认。”〔7〕我们可以从四个方面理解：1、它主要是以一定的象征符号为媒介而实现的，这个符号就是语言；2、它必须依照一定的社会规范来进行，而这个规范是通过论证找到的，能够代表大多数人的意志，并为他们普遍接受和遵循，这是由人的统一认识促成的；3、它至少是两个独立、平等的主体之间所发生的关系；4、它要达到不同主体之间的相互承认、谅解，协调一致。要做到这样一种合理化交往，哈贝马斯认为，首先是通过压制程度的减弱。因为在个性结构的层次上，压制程度的减弱，可能会提高人们对角色冲突的普遍容忍精神。这种压制的力量一方面来自金钱、市场、商业化体制所代表的经济权利；一方面来自国家、管理部门、官僚化体制所代表的政治权利。其次是通过僵硬程度的减弱。这就必然会增加个人在日常的相互作用中以适宜的方式来表现自己的机会；最后是通过同行为监督类型的接近。这种行为监督类型可能允许角色差异和允许灵活使用内心所具有的、但又能进行反思的那些规范。哈贝马斯认为，这种合理化能使社会成员获得进一步解放和在个性化道路上不断前进的机会。人类一直在努力实现着自

由、独立和主体性的“解放的兴趣”。由于“技术的兴趣”所创造的成果——技术已经被统治集团所滥用，给人类带来不幸和灾难；加之人际间相互理解的“实践的兴趣”在很大程度上遭到阻挠和破坏，因而，只有“解放的兴趣”才能实现人与人的合理化交往。

三

通过对法兰克福学派的主要代表人物霍克海默、阿多诺、马尔库塞以及哈贝马斯的传播批判理论“文化工业”、“真假需要论”、“公共领域”、“交往理性”的述评，我们不难看出，这些理论在很大程度上揭示了晚期资本主义国家利用大众传播媒介对人民生活的干预和对思想的控制的现状，至今仍有着现实意义。他们那种极富思辨的批判精神，以及强烈探求以文化救赎人生的使命感，让人难以等闲视之。这些理论为我们认识当代发达资本主义国家提供了不少有用材料和富有启发性的观点，也为传播学研究提供了新的思路。但这些理论也有很多局限。

就文化工业理论而言，这些批评家们对文化工业的批判仅局限于意识和精神领域，缺乏充足的实证依据。阿多诺曾坦言，工业文明高度发展的现代资本主义社会，已不可能再产生19世纪下半叶无产阶级革命运动那样的实践主体，故物质的武器的批判已失去意义，对现代资本主义的否定，只能采取意识革命和精神批判的形式。这是他的否定辩证法的反映。这种理论也就很难说具备了实践性。著名文化研究者费斯克对阿多诺等所谓文化工业商品化倾向进行了辨析，他认为，文化商品不同于一般商品，它不仅在财经经济体制中流通，也在与之相平行的文化经济体制中流通。前者流通的是金钱，后者流通的是意义和快感。如果单从财经经济体制的角度看，大众文化的接受者完全是被动的。但如果我们要完整地理解大众文化的生产和消费，再从文化经济体制的角度来观察，财经经

济中被动的作为商品的观众现在变成了主动生产者，他们利用大众文化提供的资源在消费过程中生产出意义和快感，这种意义和快感是他们自己生产、自己需要的。[8] 针对马尔库塞的“真假需要论”，英国批评家麦克因特尔干脆就说，“马尔库塞哪儿得到权利这么说话？别人的真假需要他有什么资格说三道四？”那么，人的需要有哪些？现代西方行为科学的代表人物马斯洛认为，人类的需要可以概括为五个方面：生理需要、安全需要、归属和爱的需要、尊重的需要、自我实现的需要。尽管这些需要是分层次的，呈由低到高的阶梯结构，但它完全统一于人的身心，无所谓真假。“马尔库塞指责文化工业是制造虚假需要，一个前提是大众倘使不把时间悉尽消耗在虚假的需要上面（比如说看电视），可以去从事更有意义、更有价值的活动以满足他们真正的需要。但真正的需要又是什么？他们是不是就同使用洗衣机和看电视势不两立？”[9] 总之，文化工业的批判理论家完全采用一种否定的态度，决不是一种无懈可击的哲学立场。

尽管哈贝马斯对法兰克福学派老一辈尤其对马尔库塞的批判理论，在扬弃的基础上建立了自己的理论，但常有乌托邦的色彩，且视野狭窄。譬如凡进入哈贝马斯的“公共领域”里的人，都是资产阶级而非平民，且都是男性，非女性；讨论的方式是人对人的，必须亲身进入，亲眼目睹，这就不太适合广播、电视和互联网等电子媒介所提供的公共领域，因而缺乏普遍性。在哈贝马斯的交往行为理论中，他把“劳动”视为单个人的“工具行为”，把“相互作用”解释为没有历史内容的人与人之间的“交往行为”与符号的相互作用。所以他说：“对于马克思借以发挥历史唯物主义的基本设想的范畴框架，需要有个新的解释，生产力与生产关系之间的联系，似乎应该由劳动和相互作用之间更加抽象的联

系来代替。”[10] 在马克思看来，生产力与生产关系是社会生产的两个方面，生产力体现社会的物质内容，而生产关系则体现生产的社会形式，它们构成社会的生产方式，它们的矛盾运动是社会发展的动力。然而，哈贝马斯却用“劳动”和“相互作用”两个抽象的概念来取代马克思的“生产力”和“生产关系”范畴，把社会发展归结为由“劳动”和“相互作用”之间的冲突所决定，这就否认了历史发展规律性的存在，而重建了历史唯心主义。

参考文献

- [1] 俞吾金、陈学明：《国外马克思主义哲学流派》，复旦大学出版社 1990 年版，第 112 页。
- [2] 阿多诺：《文化工业再思考》，见《当代审美文化批判》。山东文艺出版社 1999 年 10 月版，第 340 页。
- [3] T. Adorno, *The Cultural Industry*, London: Routledge, 1991.
- [4] 哈贝马斯著，曹卫东译：《公共领域的结构转型》，学林出版社 1999 年版，第 3 页。
- [5] 哈贝马斯著，郭官仪、李黎译：《认识与兴趣》，学林出版社 1999 年版，第 6 页。
- [6] [7] [10] 哈贝马斯著，李黎、郭官仪译：《作为“意识形态”的技术与科学》，学林出版社 1999 年版，第 91、49、71 页。
- [8] 罗钢、刘象愚主编：《文化研究读本》，中国社会科学出版社 2000 年版，第 34-35 页。
- [9] 陆扬、王毅著：《大众文化与传媒》，上海三联书店 2000 年版，第 64 页。

作者单位：西北大学新闻传播学系
责任编辑：曹英