

法兰克福学派“文化工业”理论的生成逻辑

——基于媒介文化的视角

□ 赵明哲

摘要:法兰克福学派开创了媒介批评理论的先河,也是西方马克思主义思想重要的一部分,深刻批判了资本主义下的文化现状和不平等关系,发展了马克思的学术思想。由于文化作为法兰克福批判理论的核心主题,所以批判的触角延伸到以文学、电影、电视、音乐、报纸等为载体的文化工业上。

关键词:法兰克福学派;媒介;文化;传播批判理论;意识形态

在经典马克思主义的基础上,法兰克福学派开始了对资本主义和社会现实的全新批判,并发展了以文化作为批判主题的西方马克思主义。作为大众文化的代表性媒介,电影、电视作为文化的表征越来越嵌入到当代人的日常生活中,文化工业也以潜移默化的方式影响着人们看似平淡的生活。法兰克福学派对资本主义社会下的媒介批判,对于正在进行社会主义文化建设的中国,有很重要的理论借鉴意义。

一、意识形态:披着自由外衣的新型奴役

如果说,经典马克思主义是随着无产阶级越来越意识到他们所受到的压迫,会揭竿而起对这种制度进行反抗,那么,法兰克福学派试图解释的是,为何压迫变得愈加明显时,大众却对此无动于衷。换句话说,为什么资本主义下的人们参与到了对自身的压迫之中?法兰克福学派试图从意识形态上解释这一点,霍克海默和阿多诺认为正是文化工业承载了意识形态的作用,并控制着人们的思想。霍克海默和阿多诺并不认为文化工业等同于大众文化,文化工业是资本主义社会自上而下的一种文化输出,而在文化工业中起作用的正是意识形态,所以又把文化工业比作“社会水泥”。值得注意的是,法兰克福学派并不是“利维斯式”的文化精英主义,利维斯只是在文化和审美上对大众文化进行了批判,而霍克海默和阿多诺将矛头指向了文化工业背后的资本主义社会,斥责“文化工业”是资本主义制度的帮凶,一起密谋着压迫与不平等。

电子媒介作为二十世纪占主导地位的媒介、文化工业重要的承载者、资本主义意识形态工具,自然成为法兰克福学派批判的重点。作为媒介中的意识形态,较之传统的意识形态灌输具有更强的隐秘性和无意识性,并且具有广泛性和渗透性,披着更加真实的合法性外衣。隐蔽性体现在意识形态经过文化工业的包装从而以文化的形式充斥在日常生活中,并塑造着扁平化的生活方式。意识形态在媒介的作用下,将其根植在了人们的潜意识中,使人们在进行社会活动时无意识地行使着资本主义的“命令”,并以打破规则、特立独行为耻。“占统治地位的资产阶级意识形态的特征之一,实际上就是它以一种特殊方式隐瞒阶级剥削,以致任何阶级统治的痕迹都系统地从其语言中消失了。事实是,它本身的状况不允许任何意识形态以阶级统治的意识形态出现。”^①这也就揭示了为什么处于资本主义压迫中却无动于衷,为什么赋予了不自由的实施者以权力,甚至自我反抗的企

图却成为了更加强烈的束缚。

二、文化工业的控制途径

(一)文化控制:技术、资本、文化的交织

技术的变革,把人们带入了电子媒介的时代,技术作为主要派生力量和文化工业的物质条件推动了媒体文化的扩张,将文化深入技术理性之中,技术也成为支配自身的理性。“技术之所以能够获得文化工业的控制力,原因在于存在着强大的经济力量,即资本主义的绝对权力。而资本要想获得控制社会的权力,又离不开现代技术的发展。在资本权力的作用下,文化才能按照工业的模式加以生产与管理,技术的合理性才变成支配合理性,成为社会异化自身的力量。”^②技术和资本权力的结合产生了媒介的工业模式,也塑造了媒介生产的逻辑导向,从而也改变了人们对于媒介产品的价值追求。比如,不再从文化价值和内容深度上去评价媒介作品,而是以票房和收视率作为媒介产品成败的唯一指标。这充分说明技术理性下对于评判标准的改变,不再以人文价值为导向,而是以量化的技术标准和影响效果的评估作为指导媒介生产活动的纲领。

法兰克福学派否定仅从技术上解释文化工业,而是应与其背后的控制力量结合。遵循资本主义市场逻辑的媒介产品是以观众的娱乐需求作为生产指标的,为了利益而批量生产,必须以贩卖“娱乐”完成资本的积累和工业的再生产。所以,媒介作为文化工业在技术与资本权力的共谋下,生产着大众的娱乐欲望,使人们陷入“虚假需求”的陷阱中不能自拔,也将人们对于社会的理性思考和追求民族的自由置换成了对于娱乐的需要。因此,阿多诺和霍克海默认为:“文化工业取得了双重胜利:它从外部祛除了真理,同时又在内部用谎言把真理确立起来。”^③

(二)消费批判:消费作为媒介文化的主导

由于物质条件的极大丰富,社会从生产型转向了消费型,“生产”不再是社会发展的要务,“消费”成了推展社会发展的核心动力。哈贝马斯认为:“大众文化理论的出发点,是商品形式也涉及了文化”^④。作为商品的媒介文化自然遵循消费逻辑,对于利润的无限追求是其根本动力,刺激着消费者的购买欲望,从而完成再生产的过程。文化、技术和资本的结合,也使大众文化从高雅走向了低俗,从而满足大众的“虚假欲望”。文化成为消费品的同时,也使大众文化与日常生活紧密结合。正因如此,阿多诺和霍克海默说:“真实生活再也与电影分不开了

浅析“拟态环境”的嬗变趋势

□ 涂钟予

摘要:随着互联网以及新媒体的发展,微博、微信等为公众意见的表达提供了空前的机会和渠道,每个受众因而拥有了传播信息的权利,传播地位不平等的局面得到了改善,传播格局也历经了“中心化—去中心化—再中心化”的变化。同时,由于新媒体具有传播信息快、容量大、范围广等特性,使一些原有的传播理论环境发生了变化。

关键词:拟态环境;中心化;去中心化;再中心化

随着网络以及新媒体的发展,微博、微信等为公众意见的表达提供了前所未有的机会和渠道,受众拥有了传播信息的权利,传播地位不平等的局面大大改善。同时,网络的诞生优化了大众传播的活动,社会大众通过网络传播的服务,不断参与交换、创造和传播信息的活动,其接收信息的渠道和方式逐渐多样化,不再拘泥于传统媒体所报道的内容;社会大众可以任意切换传播角色,人人既是传播者,又是消费者。

在这种背景下,传统的中心化传播结构受到了挑战,多极化和多元化的传播中心成为当下传播的趋势,构建出了“中心化—去中心化”的语境,引发了话语权的交替。正如喻国明所言,互联网是一种“高维媒介”,而这一增加的维度最大的特点,便是激活了传统媒体时代受到技术发展和权力体制体系制约的受众的力量^①。换句话说,传统媒体的话语中心体系被逐渐削减,对话语权

的控制力也在逐步削弱,由此带来的则是主流意识形态的声音不断被边缘化,传统的话语权威被不断解构。

但李普曼在《公众舆论》中表示,人们由于自身有限的力量,必须靠新闻供给机构来感知周围的世界^②。在专业化手段和规模化操作的比较下,传统媒体始终占据着新闻来源;虽然自媒体偶尔会推出几个“网络爆款”,但新闻的后续报道始终掌握在传统媒体的手中。此外,随着传统媒体纷纷入驻互联网,加强“两微一端”的建设,新闻的话语权慢慢又聚集在了传统媒体手中。

由此可见,传播话语权经历了“中心化—去中心化—再中心化”的变化路径。本文尝试按照这个路径,探析拟态环境的变化。

一、中心化语境下的拟态环境

在互联网出现之前,我们所提及的媒介主要是指报

……对观众来说,它没有留下任何想象和思考的空间。”^⑤娱乐所承载的自由,也不过是脱离了思想的自由,消解了对资本主义的否定认识。马尔库塞认为,由于人们得到了被维持资本主义制度所生发出的需求的满足,从而被现存的社会所操纵,失去了反向的否定能力和个性,而成为了一味臣服的“单向度的人”。正如马尔库塞所说:“在发达的工业文明中盛行着一种舒适、平稳、合理、民主的不自由现象,这是技术进步的标志。”^⑥

文化工业生产更多的文化消费品满足消费者的需求,而资本权力塑造的购买欲望又反哺着文化生产。在批量生产的过程中,千篇一律的文化也就变成了真正的“大众文化”,这种方式下文化产品消解了作为艺术独一无二的本真特性,商品性和复制性也导致了文化产品的非艺术性。本雅明在《机械复制时代的艺术作品》中认为文化工业生产的大众文化取代了有精英文化价值追求的高雅文化,同时机械复制时代也使艺术作品的核心——“灵韵”荡然无存。

故而,对于大众文化,人们不再从审美的角度去把握,不再沉醉其中探寻作品的文化指归,而是停留在“看”的形式上,文化工业也只是对于其形式的复制,受众的接收方式也不再是审美性的。“艺术享受退化为消费的被控制的消遣。”^⑦对此,霍克海默和阿多诺说:“人们在听轻音乐时,从听到流行歌曲的第一个音节,就可以猜出后来的续曲,往往因为乐曲果然如所猜想的,也就自得其乐。短小故事的字数也是不变的,不多不少老是那么多。甚至逗乐的技术、效果、幽默讽刺的方式都是按一定格式设计出来的。”^⑧

三、结语

法兰克福学派的文化研究开创了媒介批评理论的先河。但是,由于法兰克福学派对于社会和文化采取宏观视角,没有在政治经济与文化产品的具体问题上进行分析,也没有在受众的方面进行考虑。面对即将到来的5G时代,面对更加便捷、复杂的信息网络,媒介该怎样把握技术与理性的关系,从而促进马克思主义与中国特色社会主义的发展,是我们理应思考的重要问题。

注释:

①[希腊]尼克斯·波郎查斯.政治权力与社会阶级[M].叶林等译.北京:中国社会科学出版社,1982:235.

②仰海峰.法兰克福学派工具理性批判的三大主题[J].南京大学学报(哲学·人文科学·社会科学版),2009(04):26-34+142.

③⑤⑧[联邦德国]马克斯·霍克海默,特奥多·阿尔多诺.启蒙辩证法:哲学片断[M].洪佩郁,蔺月峰译.重庆:重庆出版社,1990:前言.

④⑦[德]哈贝马斯.交往行动理论:第一卷 行动的合理性和社会合理化[M].洪佩郁,蔺菁译.重庆:重庆出版社,1994:466.

⑥[美]马尔库塞.单向度的人[M].张峰译.重庆:重庆出版社,1988:4-5.

(作者系山西师范大学戏剧与影视学院2018级硕士研究生)