

文章编号:1003-9104(2021)01-0059-07

“新马克思主义”理论批判的艺术学思考*

——法兰克福学派对艺术消费异化现实批判的新视域

梁帅,马卫星

(哈尔滨音乐学院 艺术学研究所,黑龙江 哈尔滨 150028)

摘要:作为20世纪西方影响力较大的哲学—社会学流派,法兰克福学派以坚定的学术立场、开放的理论视域、敏锐的批判意识,试图构建一种从艺术哲学与社会学宏观角度出发对艺术生态进行综合研究的“新马克思主义”批判理论体系。这符合我们从艺术学视角出发的分析阐释路径。在对艺术消费异化的内在本质特征与社会根源的分析中,该学派坚持一以贯之的主线,围绕艺术消费异化的三个维度延展,一是立足人本维度,阐释艺术消费异化影响了大众自我意识的理性思考与判断;二是分析艺术维度,探讨艺术消费异化对艺术意识形态同一性与标准化的操控;三是关注生态维度,通过对艺术消费异化现象的分析揭示出艺术生态“虚假需求”的现实弊端。三者之间体现出法兰克福学派从微观视角对大众艺术消费的关照走向宏观领域对艺术生态环境的审视,并通过挖掘消费异化的根源、背后的关联、必然的走向,厘清资本主义现实社会对于人类审美艺术价值观念及其消费方式产生深刻影响的意涵。这种批判不同于康德意义上的纯粹理性批判,既表现出坚守马克思主义的历史唯物主义学术态度,又立足于当代艺术发展的现实基础,充分彰显出法兰克福学派对艺术消费异化进行现实批判的新视域。

关键词:法兰克福学派;艺术消费异化;人本维度;艺术维度;生态维度

中图分类号:J0

文献标识码:A

从词源学的角度考察,英文的消费——“consume”来自拉丁文的 $cōnsūmere$, $cōnsūmere$ 中的 $cōn$ 后来演变成了前缀 $com-$,意指一种集中的或强化的程度。 $sūmere$ 则意指一种获取的趋向。从这一意义上看,消费可以被理解成一种对外物所具有的强烈的获取欲望。^①艺术消费在此基础上,将艺术中蕴含的精神价值视为所获取的对象来进行分析与研究。相较于其它消费,艺术消费呈现出一种特定的艺术规则,它不

仅是简单的对艺术产品和服务的消耗,更是对知识与内容的传播、吸收、再造与创新,从而获得从精神意识的审美文化层面关照人类心灵世界的力量。正是因为艺术消费的内容与结果均体现精神属性,才使得其主体与客体、理论与实践之间实现了良性互动,同时也为本文探讨的艺术消费异化带来的现实困境提供了学术航标与价值取向思考。

20世纪30年代初期,西方工业社会迅速崛起,

* 作者简介:梁帅(1988—),女,汉,黑龙江大庆人,哈尔滨音乐学院艺术学理论专业在读博士,讲师,天津市优秀创新创业导师人才。研究方向:艺术学理论,艺术管理。

马卫星(1958—),女,回族,黑龙江哈尔滨人,哈尔滨师范大学文学博士,哈尔滨音乐学院艺术学研究所所长,哈尔滨音乐学院艺术学系主任,教授,博士生导师,艺术学理论一级学科博士点带头人,教育部学位中心评估组成员,中国艺术学理论学会常务理事,中国艺术学理论学会艺术管理专业委员会副会长。研究方向:艺术学理论,音乐美学。

在经济增长与科技革命极大地刺激了大众文化、社会消费兴起的时代,随之而来严重的社会矛盾与意识形态危机不断凸显。科学技术并没有从根本上改变人们的艺术生活,反之,机械复制时代下形成的文化工业造成了艺术生产与消费的标准化。文化工业人为地策划出迎合大众消费趣味的艺术产品进行生产、传播与营销,以需求为导向的表象背后是工业化对于艺术及意识的同一化操控。^{[1]34} 在这一时代背景下,众多社会批判学派出现,其中影响最大的流派正是法兰克福学派。与俄国形式主义、英美新批评派和结构主义的艺术哲学与社会学理论大异其趣,法兰克福学派深入地学习马克思的经典理论著作,受到马克思《1844年经济学哲学手稿》中关于分析批判资本主义理论以及卢卡奇《历史与阶级意识》中异化与人的解放问题的极大影响。本文在研究和梳理法兰克福学派对于资本主义社会存在的艺术消费异化现象过程中,主要立足三个关键性的研究维度,即人本维度、艺术维度与生态维度,使之共同构成一个完整的逻辑思路。从艺术哲学与艺术学理论的历史研究维度上看,法兰克福学派对当代资本主义社会艺术消费异化的现象展开的激烈讨论,形成了一种坚定、深刻并富有洞见的社会性现实批判思想。因此,从艺术学视角也即艺术哲学与社会学的宏观角度出发,基于“新马克思主义”批判理论对艺术生态进行综合研究的方法和理论体系展开分析,继而对于法兰克福学派艺术消费异化理论的研究进行认真审视,从而探寻其作为艺术基础理论研究的现实意义,是十分必要的。

一、人本维度:艺术消费异化影响大众自我意识的理性思考与批判

现代人身处的社会存在状况,是幸福与焦虑并存、感性与理性交织、物质感官与精神价值多元共享的生存场景。但当大多数人获得了文化娱乐营造的快餐化消费刺激之后,却发现“消费者的天堂并没有给予它允诺的快乐”,“一方面,我们的生活非常富有,另一方面,我们却没有快乐……却长期地感到厌烦”^{[2]203}。的确,在西方资本主义社会中,艺术消费异化引发的现实问题日益严重,不仅表现在艺术生产、艺术消费之间的关系与意识形态层面,还逐渐渗透到人与艺术以及人与自身的关系之中。法兰克福学派认为艺术消费异化是资本主义社会出现深刻危机的根源,那么其背后隐藏的究竟是什么?资本主义经济与艺术消费异化呈现正向线性关系的深层次逻辑又是何?法兰克福学派的学者们在分析资本主义社会消费异化现象时,敏锐地关注和把握了两个异化角度,一是对艺术消费主体异化的批判,阐述其对于消费主体中身份符号价值的过度迎合。二是对艺术消费客体异化的批判,探讨其对于艺术本体之外的艺术附加值的盲目追求,从而为如何重构大众自我意识的

精神逻辑提供一种系统的、可资利用的理论资源。

(一)艺术消费主体异化体现在对身份符号价值的过度迎合

艺术经济学视域中的艺术消费主体,是具有审美意识,运用能够欣赏美的感官,实际进行艺术欣赏活动的人。^[3]不同类型的艺术消费主体之间存在着差异性,这种差异性在一定程度上反映出艺术生产方式以及与之相适应的分配方式之间的关联性。随着艺术生产力的不断发展以及市场开放程度的扩大,艺术消费主体将呈现出更多差异性,从而形成多层次、多功能的消费体系,并在很大程度上影响着整个艺术消费的行为与消费过程。^[4]在这一层面上,艺术消费主体及其对艺术形态的影响是与本身所处的社会发展阶段相适应的。然而当艺术消费逐渐走向异化的过程中,艺术消费主体所消费的已经不再是人从生命活动向精神领域延伸的审美结果,取而代之的是额外的需求内容。法兰克福学派的重要代表人物、美籍德裔哲学家、精神分析心理学家埃里希·弗洛姆^②称这种消费主体异化为“心理的病态问题”。弗洛姆认为,“我们处在物的包围之中,对于这些物的性质和来源,我们一无所知”^{[5]109}。在弗洛姆看来,艺术消费行为应该体现为一种个人化并且是相对具体化的存在,它包含大众对于所要消费的艺术内容具有自我感知意识与精神层面的真实需求。然而在西方资本主义社会发展背景下的艺术消费过程中,却呈现出了一种大众自我意识异化与非理性的现象。这种现象体现在特殊阶层通过欣赏与消费艺术品、艺术演出之时,渴望得到的不再是审美精神领域的愉悦与感动,取而代之所要获得的是充分的物质享受和身份地位上呈现出的炫耀性与成就感,艺术消费被特殊阶层这一消费主体视为财富、地位、权利的一种炫耀性象征。

弗洛姆进一步指出,在资本主义社会中,异化的艺术消费迫使大众越来越不满足现状,人们会一直在不断追求无限的“物”所带来的晕轮效应,从而影响大众对于自我意识的理性思考与判断。“他总是一个被动的、异化了的消费者。他‘消费’球赛、电影、报纸、杂志、书籍、讲座、自然景色、社会集会,就像消费他所购买的商品一样,采取的都是异化的、抽象的方式。”^{[5]111}这一阐述与法兰克福学派的另一位代表性学者马尔库塞提到的资本主义统治者通过制造虚假需求实行“强迫性的消费”的观点,具有相同的指向性。即在艺术消费异化的过程中,消费者逐渐丧失了自我意识形态上的主体性思考与理性判断,取而代之的是艺术消费过程中有意识或无意识的身份符号价值显现。在西方发达资本主义社会中,异化的艺术消费过程逐渐渗透到人们的灵魂中,对人们的艺术批判意识和自我思维产生了负面的影响。

(二)艺术消费客体异化体现在对艺术附加值的盲目追求

艺术消费的客体其实质就是艺术消费的对象,“一个存在物如果在自身之外没有对象,就不是对象性的存在物。”^{[6]168}当消费客体不再是消费者生活需要的东西,消费对象变成了纯粹为了消费而消费的一种心理感受的体验,甚至是闲暇时间时,消费客体就异化了。^[7]确切地说,西方资本主义社会中艺术消费异化渐趋注重对艺术附加值的消费,它不再将艺术本身的精神美感作为艺术消费客体的追求,而是将时尚设计、娱乐包装等等这些游离在艺术本体价值之外所生成的具有符号意味的消费,视为艺术消费的价值结果所在。弗洛姆在他的著作《资本主义的异化问题》中就指出,在资本主义社会的消费中,人性已经呈现出鲜明的异化倾向。人的消费目的和消费方式甚至是利用闲暇时间都是被动的异化的,娱乐成为一种像商品一样可以购买的感受。^[7]如前所述,艺术消费客体的异化使大众通过某种艺术消费的行为来获得商品价值的认同感。在艺术消费异化的体验中,艺术作品的原始意义开始被解构甚至于重构,艺术文本所蕴含的审美价值观与艺术伦理思想逐渐被世俗化、娱乐化和商品化所替代。现实社会中诸如此类情形屡见不鲜,例如频频现身艺术品拍卖现场的富商们,往往斥巨资买下张大千、齐白石等名家的画作。他们中真正能够从艺术作品层面获得崇高的审美体验之感的人寥寥无几,进行艺术消费的原因在很大程度上是因为社会上流行的观念认为,能够欣赏与消费名家艺术作品一定就是有品位、有涵养的人。同时他们也认为当艺术作品在被艺术界品评为具有较高艺术价值的时候,该作品也一定具有较高的市场经济价值。因此消费这类艺术作品其实质就是在消费其背后所代表的富有、时尚、认同感等具有象征意义的艺术附加价值。

概言之,法兰克福学派在阐释艺术消费异化问题时,不仅对艺术消费主体异化与艺术消费客体异化进行了精微的阐释,更立足于大众意识形态的人性异化层面对西方资本主义现实存在的社会危机进行了深刻的反思与批判,为后续从艺术维度与生态维度进行艺术消费异化社会现象的研究提供了哲学理论思考与实践应用价值。

二、艺术维度:艺术消费异化实现对艺术意识形态同一性与标准化的操控

在立足人本维度阐释艺术消费异化影响大众自我意识的理性思考之后,法兰克福学派的学者们又将批判视域进一步聚焦到艺术维度层面,关注的焦点由具体的艺术消费主客体异化现象逐渐延展至艺术意识形态的精神领域所存在的现实困境。而这些问题之间的矛盾和表现则主要集中在由文化工业引发的艺术消费同一化与标准化的连锁反应之中。与立足符号消费理论阐释消费与社会二者关系的学者鲍德里亚

有所不同,法兰克福学派在对于艺术意识形态面临同一性与标准化操控的研究中,从哲理性反思转向对现实性问题的实践探索,将商品拜物教、批量标准体系对诸多艺术内容与形式的影响作为例证,把流行音乐、电影、广播等当代不同艺术样式及其形式表现作为批判研究的对象,并从中敏锐地挖掘与总结了异化现象的本质、规律与经验。正如道格拉斯·凯尔纳谈到,“在很大程度上,法兰克福开启了对于大众传播与大众文化的批判性的研究,并因此而生产出了一种早期的文化研究模式”。^{[8]134}

(一)“商品拜物教”的目的是将艺术从真理的承担者沦为娱乐消费的承载物

在《资本论》中,马克思通过对商品、货币及资本的分析提出了商品拜物这一批判理论,它被看成是一种因商品交换的物与物的关系掩盖商品生产者间的社会关系而产生的社会现象。^[9]在马克思看来,“商品有两个因素:使用价值和价值;一切劳动,一方面是人类劳动在生理学意义上的耗费……它形成商品价值。一切劳动,另一方面是人类劳动力……它生产使用价值”^{[10]95-106}。受马克思“商品拜物教”理论影响较大的哲学家之中,以法兰克福学派的西奥多·阿多诺^①为主要代表。阿多诺立足于马克思主义理论基础之上,对当时的文化工业产品作出了判断:艺术作品与文化工业产品的区别就在于,前者无疑也通过艺术消费的流通成为商品,但是后者“今天它已经彻头彻尾地变成商品了”^{[11]142}。从文化角度对艺术消费现象进行批判论断的过程中,阿多诺始终认为随着工业生产的规模化和市场化推进,这种生产体系也引入到了艺术领域,艺术(尤其是音乐)已经不再是人类精神审美的自我创造,而成为商业化和工业化的一种富有虚假性和欺骗性的消费产品。他曾说过,“崇高的伟大音乐,曾经是一种正确的意识,也可能成为意识形态、甚至成为一种必然的社会幻象。甚至贝多芬最真实的艺术作品,用黑格尔的话来说,真理的展开,也已被音乐工业贬低为文化商品。”^{[12]10}

此外,阿多诺还敏锐地捕捉到“电影和广播不再需要作为艺术”而转变成为“工业”的背后,其无形的推手正是资本主义社会对于艺术意识形态的操控。那些本该具有审美性、崇高性的艺术作品,一旦通过商品拜物教的指引,就像任何其它资本主义工业一样开始过分追求经济效益,依靠商品属性与市场导向逐渐迎合艺术消费者的娱乐趣味。当下流行于大众日常生活中的网络小说、商业电影、移动短视频、通俗音乐等,甚至一经推出就迅速风靡市面的潮牌,大部分都可视为文化工业与商品拜物教的产物。这些艺术作品以娱乐消遣为目的,承诺给社会大众带来热闹欢愉与精神解放,但是它所制造出来的多数精神消费品不仅丧失了艺术作品中应有的对于艺术本质的反思与超越精神,还常常会使社会大众在消费过后,陷入

娱乐透支后的精神幻象与疲乏之中。同时,以商品拜物教为导向的艺术作品在创作媒介与推广渠道上,极大地依赖于移动互联网所带来的高速便捷的消费体验,过分追求作品呈现效果的“3秒钟印象”,从而使作品的内涵表达、呈现形式与风格特征体现出同一化趋势,缺席了对艺术精神层面的审美价值之思考。

反思当下,正如大众流行文化和艺术产品的产业化运营模式对现代社会产生的巨大影响一样,传统经典艺术也被夹裹其中,以技术复制为基点,经典艺术可以被无限重复,甚至被以波普化的形式进行戏谑,对传统经典历史情节进行解构破坏和彻底颠覆,混淆美丑,颠倒黑白。而已经被破坏和形成规模的艺术现象又孕育形成了扭曲的社会风气,这种错误的社会风气又进一步推动形成了错误的倡导。在这种错误倡导之下,有意无意的解构、颠覆、篡改以及由此带来的虚假、低俗的社会文化现象又俨然变身成为文化正统,而在这种错误观念影响下成长的年轻一代甚至开始回过头来,用扭曲的艺术事象作为尺度,来衡量和判断优秀传统艺术创作以及传统经典文化价值理念。这些由于我们的弃守和纵容所造成的价值偏颇值得深思。^{[13]114-123}立足法兰克福学派现实批判的视角来审视,这种艺术作品的实质是控制与误导文化艺术消费者的个性需求,束缚人的反思意识,剥夺人的审美情感,阻碍人的精神思考。归根结底,“商品拜物教”的最终目的是利用文化工业的渗透力将艺术从精神真理的承担者沦为娱乐消费的承载物。

(二)“批量标准体系”的本质是一种对艺术自由意识与反叛精神的亵渎

从艺术维度上看,法兰克福学派学者认为文化工业不仅通过“商品拜物教”的特性策划出迎合大众趣味的文化艺术产品进行生产、传播与消费,更是营造出了一种以需求为导向的消费异化表象。当工业本身开始代替艺术消费者进行思考的时候,艺术作品的独立个性就彻底沦为了千篇一律,灵韵尽失的形象。在对同一性、标准化的批判上,阿多诺谈到“千百万人参与了文化工业强制性的再生产过程,而这种再生产过程,又总是在无数的地方为满足相同的需要提供标准的产品”^{[14]114}。同时,阿多诺还认为,文化工业“或多或少按照特定的意图,专为大众消费者而量身定做出来的,且在很大程度上决定这种消费的性质”^{[15]47-51}。文化工业通过“批量标准体系”向大众进行文化艺术产品的输出,使大众在没有选择的被动娱乐消费中变得顺从且乐于接受,从而逐渐丧失了对于艺术自由意识的思考与反叛精神的追求。

法兰克福学派的学者们进一步分析与挖掘“批量标准体系”对艺术消费影响背后的社会根源。他们认为正是垄断资本主义试图以消费为主要手段左右着大众的社会决策与行为,资本主义社会的生产关系与社会阶级意识通过消费得以淋漓尽致的体现。

同样资本主义统治者也是通过艺术消费,一方面灌输诸如表面阶级平等,以及相对自由的意识形态;另一方面通过消费操纵大众在意识形态框架内的行为。也就是说,消费成为消除阶级差异、维护资本主义的稳定性的工具。^[1]如同阿多诺所说:“这里需要预先约定,至少国家的行政权力要共同团结一致,绝对不能产生或出现与他们的计划、消费者的理解,特别是他们本身不同的做法”,“文化垄断必须紧密维护真正的当权者”,“在今天物质生产中,供求的机制被破坏的同时,机制在作为控制手段的上层建筑中,却起着有利于统治者的作用。消费者是工人和职员,农庄主和小资产者。资本主义的生产用灵和肉紧紧地控制住他们,使得他们心满意足地享受它为他们提供的东西”^{[16]114}统治者通过对艺术消费的“批量标准化”的引导与干预,从而导致了文艺作品对现实世界的反思与批判精神遭到消解,文化工业的商品逻辑导致艺术逐渐丧失自我认知。“大街上的大扩音喇叭,不断传出像女妖塞壬一样令人惊慌失措的进行宣传的领袖的声音……就像印刷机缔造了改革一样,无线电广播缔造了他们的事业。由宗教社会学所发明的形而上学的领袖的超凡能力,最后证明不过是使神意旨的无所不在而具有魔力的,即使是无线电广播出的领袖演说的无所不在而具有魔力的。……用尽人们的美妙词句去宣传虚假的东西,这就是无线电广播的内在趋势。推荐变成了命令。”^{[16]150}由此看来,法兰克福学派认为,文化工业影响下产生的“批量标准体系”看似是为了消费大众在生产与传播艺术,实际上则是被资本主义统治阶级所控制,其宣扬的艺术产品也已成为统治阶级用来在精神观念上麻痹大众的工具,其本质是一种对艺术自由意识与反叛精神的亵渎。

三、生态维度:艺术消费异化揭示出“虚假需求” 背后艺术生态现实的弊端

基于生态维度对艺术消费异化问题的相关理论研究,不仅与大众的日常消费行为与艺术的精神审美传达息息相关,对于推动艺术生态的健康有序发展也产生了潜移默化的影响,因而具有重要的现实意义。这一部分的分析论述中,法兰克福学派主要围绕艺术消费异化所产生的“虚假需求”的意识形态问题展开。“虚假需求”究竟如何产生?“虚假需求”在征服大众艺术消费心理的批判性、反思性之时,哪些因素试图充当遮蔽真实意图的催化器,从而直接或间接地导致艺术生态现实出现危机呢?在此围绕两个理论基点进行思考,一是技术垄断对艺术生态价值观念的冲击与影响,二是大众传媒对艺术生态(尤其是艺术消费者)的幸福旨趣的改变与挑战。法兰克福学派对于两个理论基点的阐释与批判揭示出资本主义社会通过虚假消费需求路径成功实现了对大众的教化,促生了单向度的大众文化艺术,而生活其中的人也日

益沦为单向度的人,出现了“一种单向度的思想和行为模式”^{[16]12}。

(一)技术垄断对艺术生态价值观念的冲击与影响

伴随着科技革命对整个世界的急剧变革,现代技术日益渗透进社会生活的各个层面,总体表现为社会大众普遍的物质生活水平得以大幅度的提高。然而当人们享受着技术发展成果的同时,也在不断面临着技术带给大众的在艺术消费层面的困扰乃至威胁。法兰克福学派的代表学者马尔库塞^④是较早展开对技术垄断进行深入批判的人物之一。他认为技术的过度介入使艺术生态社会沦为了一个病态的环境,在这个环境中呈现出了一种消费异化的虚假幻想,即统治者通过消费、娱乐等技术理性手段来奴役和操控大众,而大众则会因此依赖于高新技术提供的艺术批量复制与绚烂视觉呈现的全新空间。“艺术的异在化变为一种功用,这种功用宛如艺术在其中被演出的新剧院和新音乐厅的建筑。在这里,合理的东西和邪恶的东西仍然是不可分的。毋庸置疑,新的建筑当然好些,就是说,比维多利亚时代那些奇形怪状的建筑更美、更实用;可是,它也更多地被‘整合了’——文化中心成为商业中心、市政中心、政府中心的合适地方。控制有其自身的美学,而民主控制有其民主的美学。方便的是:几乎所有人弹指之间都可能拥有自己的高雅艺术:只要打开电器的旋钮或只须步入他的杂货店。可是,在这种浸蚀中,他们遂成为塑造他们内涵的文化机器中的螺钉。艺术的异在性,随同其他的否定方式一道,屈从于技术合理性的过程。”^{[17]73-74}在一定程度上,技术垄断强调把高新技术作为实现既得消费利益的实用手段。因为这些技术手段,艺术得以批量生产与广泛传播,实质上它已经逐渐失去了传统艺术固有的自主性,变成不再以满足消费大众的精神审美为目的,而以追求经济利益为终极目标而达至客观存在。马尔库塞认为,这样的艺术消费生态迫使大众被虚假需求所指引,参与整合到特定的艺术活动中时,社会就逐渐沦为了“单向度”的异化消费空间。

此外,法兰克福的研究者们进一步指出了技术垄断对艺术生态价值观念产生的负面影响所导致的“蝴蝶效应”^⑤。“科学技术的迅猛发展带来科技理性与实证主义的勃兴,随之一个新型的极权主义工业社会也就诞生了。它成功地利用科学技术代替暴力去征服社会的那些离心力,征服大众心理的批判性、否定性和试图超越的维度,造就了发达工业社会思想的单向维度。因此,统治集团可利用文化工业对单向度思维的人们进行意识形态的控制。”^[18]技术垄断营造出大众消费群体对虚假需求的一种盲目追求,这种追求最终会使消费者自身的真实艺术消费意愿与社会商品工业体系达成一致,艺术审美精神领域的生命体验不仅逐渐丧失殆尽,而大众的艺术生活也被急剧地

压缩为技术化、市场化的产物。以技术理性的维度反思2019年李安导演的力作《双子杀手》,该影片引入了当前国际电影制作较高水准的“3D、4K、120帧”技术标准,这就是《双子杀手》的第一个野心,从技术视觉上震撼观众。然而虽然在名导力作的光环之下,影片口碑却明显不同以往那般响亮,甚至还有受众评价:李安导演失手了。如果从技术对于艺术作品的正面影响力来分析,影片所采用“3D、4K、120帧”高新技术的尝试或许可以代表未来全球范围内电影技术的发展趋势,尤其是影片中的重头动作戏正是借助了现代技术的植入,才使影片视觉画面紧张刺激,现场冲击力十足。但如果从技术的过度追求对于电影艺术产生的负面影响来看(这也是影片口碑滑铁卢的重要原因之一),该片故事老套、情节平庸,技术上谋求的突破也难掩故事脉络的虚弱,新技术及其带来的电影形式技巧的繁华热闹,反而遮蔽了电影艺术本身需要思考的现实问题。这样反而使观众陷入了对视觉快感的疲于应对,变得不再有时间和耐心学会与电影艺术进行深度对话。毋庸置疑,电影形式来源于科技,电影内容来源于戏剧,科技手段或许能够让观众目瞪口呆,但真正打动情感、触及灵魂的依旧是艺术情感内核的呈现。反观在流媒体技术飞速发展的当下,法兰克福学派立足于技术垄断对艺术生态价值观念影响的批判,无疑是在提醒我们,艺术精神在大众审美趣味与真实艺术需求的挖掘中扮演着非常重要的角色。或许未来,把握好技术的走向,才是一门“艺术”。

(二)大众传媒对艺术生态(艺术消费群体)幸福旨趣的改变与挑战

在物质需求与精神满足不断攀升的当下社会生活中,人们往往遭遇着幸福追求与现实体验的矛盾紧张感。一方面,大众渴望通过艺术消费得以精神需求的满足,这种满足的载体既包含以物质形式存在的艺术品、艺术书籍,还包括以数字形式存在的影音娱乐产品和服务模式存在的艺术教育培训项目等等;另一方面,人们又在艺术消费体验的过程中自然地追问:我感受到幸福了吗?这是我理想中真实的幸福需求吗?实际上对幸福旨趣的实践性追求构成了人类精神思想升华的价值向标。法兰克福学派正是洞察到了艺术消费异化对大众幸福感的强烈冲击,进而对技术和大众传媒的异化导致“物的增值和人的贬值”这一发展逻辑进行反思,从而对“虚假需求”背后艺术生态现实的弊端形成了宏阔而又精微的理性批判。

首先,大众传媒广告充斥着人们的视听感官,通过制造“虚假需求”的幸福感操纵人类。

顾名思义,虚假需求本身不是大众真实的情感需求,而是由“特殊的社会利益”强加于个人的一种需求给予。值得引起注意的问题在于,当这种强行给予通过艺术消费传达之时,并不是通过强制操控而是柔

性策略潜移默化地得以实现,是“由于传媒自身的夸大性造成物在其中被附加了意义……从而遮蔽了必要的需求”^[18]。在传媒广告和意识形态的推动下,消费刺激了大众虚假的自我认知,导致人在审美精神意识层面的思考被大众媒体宣扬的内容所控制,从而丧失了个人意识的独立判断。正如当前在快餐时代的影响下,快节奏的工作生活、浮躁紧张的心理状态使得大众并没有足够的精力与时间去领悟蕴含人类情感的艺术创作和经典艺术作品。于是以抖音、快手、小红书为代表的音乐创意短视频社交软件顺理成章地快速崛起,第一时间成为了大众了解文化艺术世界的途径。这些新兴传媒手段的优点在于缩短了大众获取知识和信息的时间成本,受众利用碎片时间即可观看那些点击率高、人气爆棚的音乐短视频作品。然而在对于音乐短视频作品进行信息获取的过程中,大众注重的往往是事实和结果,所看即所得,却没有学习与感知到作品背后真正重要的逻辑框架及意义追索。此外,这种“虚假需求”的满足感同样体现在人与大众传媒的关系悖论上。一方面新媒介带给大众快捷与便利。另一方面,传媒又像是蒙在人们认识世界过程中的头纱,人们以为看到的就是精挑细选之后的“精华”,殊不知看到的只是其想要人们窥探到的所谓“真理”,那些真正不容忽视的内容早已被过滤掉了。传媒本意旨在传达世界之声,引发人的情感共振与凝聚共识,从而让传播更有意义。但当其充斥着人们的视听感官,制造了“虚假需求”的幸福感而得以操纵大众的时候,终与初衷有所偏离,成为了动摇信任的助力。当人与人之间信任淡漠,必将会造成人在需求与行为上的虚假与异化。

其次,在传媒广告和意识形态的推波助澜下,艺术消费者单纯地把幸福旨趣寄托在对艺术产品的占有上,认为拥有其外在呈现就可以说明他们的幸福指数。

在法兰克福学派的学者们看来,传媒广告把人们的消费理性消失殆尽。人们单纯地把幸福旨趣寄托在对艺术产品外在呈现的拥有上,这迫使人们的理性和意志越来越走向单维化趋势。法国哲学家、社会学家让·鲍德里亚谈到:“广告……通过他人来激起每个人对物化社会的神话产生欲望。它从不与单人说话,而是在区分性的关系中瞄准他,好似要捕获其‘深层次’的动机。”^{[19]52}也就是说,这种艺术品的外在呈现可以通过广告和商品的娱乐性、流行性的设计、包装等种种手段得到实现。广告所呈现的艺术作品必须借助画面、语言、音效、舞美等因素呈现出的精美得以迅速捕捉观众眼球,并因此让大众觉得这是符合娱乐审美需求的核心要素。关于此,德国学者 W. F. 豪同样认为精美的外在“并不仅仅是简单地为了在运输过程中保护商品,而是它的真正的外观(countenance),它替代商品的躯体(body),首先呈现在潜

在的购买者眼前。”^{[20]49-50}这种外在方式的呈现,其实是在向大众灌输艺术消费异化带来的“虚假需求”的合理性,甚至通过大众传媒所具有的潜移默化的影响力来控制人们的艺术消费观念,改变其对于幸福旨趣的认知与追求,从而以此让人们误认为自身的价值需求与对娱乐流行外在的追求之间有着至关重要的联系。概言之,法兰克福学派立足生态维度揭示出艺术现实中种种弊端所体现出的批判原则,既蕴含了对传统理论的承续,又体现出极强的现实意识与开放的学术立场,为当代艺术消费相关问题的深入研究乃至艺术学理论的创新提供了科学性、思辨性的社会批判原则与方法。

四、结语

我们从艺术学视角也即艺术哲学与社会学宏观角度出发,基于“新马克思主义”批判理论对艺术生态进行综合研究的方法和理论体系展开分析,继而对于法兰克福学派艺术消费异化理论的研究进行认真审视,从而探寻了其作为艺术基础理论研究的现实意义。法兰克福学派坚守传统立场,深刻批判了日益异化的资本主义社会艺术消费现实,以否定辩证的思维方式表达了对消费社会的认知,以独特的艺术消费视野重新阐释了大众的审美范式,并以人对艺术消费的精神追求为终极目标一路延展,提出并建构了辩证的、创新的社会批判性阐释理论。该学派对于艺术消费异化存在的现实困境的批判,第一,围绕人本维度层面,立足艺术消费异化影响了大众自我意识的理性思考与判断展开;第二,就艺术维度层面进行反思,探讨艺术消费异化实现了对艺术意识形态同一性与标准化的操控;第三,通过对艺术生态维度的审视,揭示出艺术生态“虚假需求”存在的现实弊端。三者的有机结合形成了法兰克福学派批判艺术消费异化思想的独特价值。

尽管法兰克福学派理论保留其无限否定的思维方式,在美学和艺术问题上有倒向审美乌托邦的倾向,但结合现实,法兰克福学派的批判精神仍然散发着耀眼的光芒。我们依此在艺术消费活动中不断实现对于人性的深切关怀、对于审美精神实践的规范、引领与升华,就能够彰显出艺术学理论应有的从单向度的追求艺术消费财富到追寻艺术生态和谐发展的全新宏观视域,最终通过人类的艺术实践活动来着力塑造人与世界共享、共生的幸福文化精神家园。

(责任编辑:楚小庆)

① 从人类诞生之初,便有关于消费的描述。但在早期人类学研究中,消费只是其他研究问题的附属,鲜少成为独立的研究领域。后来消费逐渐得到人文社科研究者的关注,社会理论学者试图揭示消费活动中存在的支配与操纵。此处仅提供一种观点。参见李鹏程主编《当代西方文化研究新词典》,吉林人民

出版社,2003年版;以及夏莹《作为一种批判理论的消费社会理论及其方法论导论》,清华大学博士学位论文,2004年。

- ② 埃里希·弗洛姆(Erich Fromm,1900—1980),美籍德裔心理分析学家、社会哲学家、人本主义伦理学家,法兰克福学派重要成员,后来从德国移居美国后仍然保持与学派的联系。弗洛姆一生的研究领域非常广泛,除心理学外,还有哲学、宗教、历史、社会学、文化等。他以其深沉的人道主义情怀,毕生关注当代世界中的各种社会制度和文化体系,尤其关注西方社会和文化生活中的各种现实问题、矛盾和危机,关注现实的人的生存状况。
- ③ 西奥多·阿多诺(T. W. Adorno,1903—1969),德国哲学家、社会学家、音乐理论家,法兰克福学派主要代表人物之一。阿多诺的美学思想是以他独特的“否定的辩证法”为哲学基础的。此外,阿多诺深谙现代音乐,他的音乐批判理论是法兰克福学派社会批判理论中最具特色的。
- ④ 马尔库塞(Herbert Marcuse,1898—1979),美国当代著名哲学家、美学家,法兰克福学派主要代表人物之一。代表著作有《爱欲与文明》《单向度的人》等。
- ⑤ 蝴蝶效应(The Butterfly Effect)是指在一个动力系统中,初始条件下微小的变化能带动整个系统的长期的巨大的连锁反应。如在气象中,人们半开玩笑地说,今天在北京就有一只蝴蝶扇动空气,可能改变为下个月在纽约的一场风暴。可参见谢新观主编《远距离开放教育词典》,中央广播电视大学出版社,1999年版。在此用以说明技术垄断对艺术生态价值观念产生的持续性的负面影响。

参考文献:

- [1] 范周. 时代变迁下的中国文化消费[M]. 北京:商务印书馆,2019.
- [2] 薛民,李家岷. 现代资本主义的命运[M]. 沈阳:辽宁教育出版社,1991.
- [3] 顾兆贵. 论艺术消费主体与艺术消费力[J]. 社会科学辑刊,2006,(2).
- [4] 韩双林,马秀岩. 证券投资大词典[Z]. 哈尔滨:黑龙江人民出版社,1993.
- [5] [美]弗洛姆著,孙恺译. 健全的社会[M]. 上海:上海译

文出版社,2011.

- [6] 马克思,恩格斯著,中共中央编译局编. 马克思恩格斯全集(第42卷)[C]. 北京:人民出版社,1979.
- [7] 杨晓琴. 论法兰克福学派研究中的消费异化问题[J]. 世界哲学,2018,(2).
- [8] [美]道格拉斯·凯尔纳著,陶东风译. 批评理论与文化研究:未能达成的结合[A]. 陶东风主编. 文化研究精粹读本[C]. 北京:中国人民大学出版社,2006.
- [9] 罗肇鸿,王怀宁主编. 资本主义大词典[Z]. 北京:人民出版社,1995.
- [10] 马克思,恩格斯著. 马克思恩格斯选集(第2卷)[C]. 北京:人民出版社,2012.
- [11] [德]马克斯·霍克海默、西奥多·阿多诺著,渠敬东、曹卫东译. 启蒙辩证法[M]. 上海:上海人民出版社,2006.
- [12] Theodor. W. Adorno. Ideenzur Musiksoziologie [J]. Sound Figures, 1958.
- [13] 楚小庆. 技术进步对艺术生态变化与作品形式表现的影响[J]. 东南大学学报(哲学社会科学版),2017,(1).
- [14] [德]霍克海默·阿多诺著,洪佩郁、蔺月峰译. 启蒙辩证法[M]. 重庆:重庆出版社,1990.
- [15] [德]西奥多·阿多诺著,赵勇译. 《文化工业述要》的文本解读[J]. 贵州社会科学,2011,(6).
- [16] [美]赫伯特·马尔库塞著,刘继译. 单向度的人:发达工业社会意识形态研究[M]. 上海:上海译文出版社,2006.
- [17] [美]赫伯特·马尔库塞著,李小兵译. 审美之维[M]. 北京:三联书店,1989.
- [18] 夏莹. 作为一种批判理论的消费社会理论及其方法论导论——基于早期鲍德里亚的一种批判理论建构[M]. 北京:中国社会科学出版社,2007.
- [19] [法]让·鲍德里亚著,刘成富、全志刚译. 消费社会[M]. 南京:南京大学出版社,2006.
- [20] [德]W. F. 豪著,董璐译. 商品美学批判[M]. 北京:北京大学出版社,2013.

The Artistic Thinking of the Critical Theory of "New Marxism" Theory: A New Perspective of Frankfurt School's Critique on the Reality of Alienation of Art Consumption

LIANG Shuai, MA Wei-xing

(Institute of Art Studies, Harbin Conservatory of Music, Harbin, Heilongjiang 150028)

Abstract: As the most influential Western school of philosophy—sociology in the 20th century, the Frankfurt School is known for its firm academic position, broad academic vision and keen critical consciousness. It attempts to construct a "neo-Marxist" critical theory system that integrates art philosophy and sociology to study artistic ecology. In the analysis of the intrinsic essential characteristics and social origins of consumption alienation in art, the school adheres to a consistent main clue, and extends in three dimensions of consumption alienation in art. The first is based on the humanistic dimension, which explains that the consumption alienation in art has influenced the rational thinking and judgment of the public's self-consciousness; the second analyzes the artistic dimension, exploring the manipulation of consumption alienation in art on the homogeneity and standardization of artistic ideology; and the (下转第 99 页)

- 北京:中国电影出版社,2013.
- [18] Pierre Bourdieu. *Outline of a Theory of Practice* [M]. Cambridge: Cambridge University Press, 1977.
- [19] 叶祝第,张蕾,杨义成. 媒介技术驱动下的人类文明:转型与重塑[J]. 探索与争鸣,2020,(6).
- [20] 陈吉德. 构建中国电影学派:研究现状、对象及意义[J]. 南京师大学报(社会科学版),2018,(5).
- [21] 克劳斯·布鲁恩·延森著,刘君译. 媒介融合:网络传播、大众传播和人际传播的三重维度[M]. 上海:复旦大学出版社,2012.
- [22] 马歇尔·麦克卢汉著,何道宽译. 理解媒介:论人的延伸[M]. 南京:译林出版社,2011.
- [23] 刘俊. 瞬时的爆点:短视频的戏剧性表达及其传播机制研究[J]. 学习与探索,2020,(3).
- [24] 保罗·莱文森著,何道宽译. 思想无羁:技术时代的认识论[M]. 南京:南京大学出版社,2003.
- [25] 刘俊,胡智锋,陈旭光,唐锡光. 传媒艺术的戏剧性问题四人谈[J]. 学习与探索,2020,(3).
- [26] 陈伟军. 网络游戏的表意逻辑与价值向度[J]. 福建论坛(人文社会科学版),2018,(8).
- [27] 埃里克·麦克卢汉、弗兰克·秦格龙著,何道宽译. 麦克卢汉精粹[M]. 南京:南京大学出版社,2000.
- [28] 尼克·史蒂文森著,顾宜凡译. 媒介的转型:全球化、道德和伦理[M]. 北京:北京大学出版社,2006.
- [29] 陈旭光,刘志. 论数字技术的发展对电影理论的挑战[J]. 当代电影,2012,(1).
- [30] 周星. 中国电影学派:多样性建设呈现的思考[J]. 电影艺术,2018,(2).
- [31] 贾磊磊. 中国电影学派建构的反向命题[J]. 电影艺术,2018,(8).
- [32] 张林明,刘卉青. 媒介融合与叙事迁移——当下中国电影批评媒介环境分析[J]. 编辑之友,2018,(4).

Media Survival, Scene Empowerment and Re-mediatization: On the Media Context Constructed by the Chinese Film School

WANG Chuan-ling¹, TAN Hao-zhe²

(1. School of Media and Communications Technology, Liaocheng University, Liaocheng, Shandong 252000;

2. Disciplinary Development Research Center of Literary Theory and Aesthetics, Shandong University, Shandong Jinan 250100)

Abstract: Different from the recognized film genres that have exerted great influence on world cinema, including Italian neo-realism film, French New Wave film, and New German film, The construction of Chinese film school has been in a complex media field from the beginning of its conception, in which the media environment is changing constantly, the media thought is innovating fiercely, and the essence of the media is changing from instrumentality to noumenon, the views and theories of film art have also undergone important changes. In addition, the Chinese film school entered the period of theoretical foundation and rapid improvement, which was also the great development era of new media built on the basis of computer and Internet, to this day, new technologies and applications continue to evolve, which have a profound impact on the production and dissemination of contemporary films. New media has not only become the basic condition for the construction of The Chinese film school, but also become an important driving force for the improvement of the discourse system of the Chinese film school, and has carried out substantial media expansion for the practice of the Chinese film school.

Key Words: Medium Survival; Scene Empowerment; Re-mediatization; Chinese Film School; Media Context; Discipline Construc

(上接第65页) third focuses on the ecological dimension, which reveals the realistic drawbacks of "false demand" in artistic ecology via the analysis on the phenomena of consumption alienation in art. From the three dimensions above, the Frankfurt School's approach from a microscopic perspective on the art consumption by the masses to a macroscopic perspective on artistic ecology is reflected. In addition, the connotation of the profound influence of capitalist society on human aesthetic and artistic values and consumption patterns is also clarified by the analysis on the roots of consumption alienation, the connection behind it and its inevitable direction. The critique is very different from the critique of pure reason in the Kantian sense of the word, and not only shows the academic attitude of historical materialism that adheres to Marxism, but also is based on the realistic foundation of the development of contemporary art, which fully highlights the Frankfurt School's new field of vision in its realistic criticism of the consumption alienation in art.

Key Words: Frankfurt School; Consumption Alienation in Art; Humanistic Dimension; Artistic Dimension; Ecological Dimension