

从“大众文化”到“文化工业”

——法兰克福学派关于西方资本主义变化着的文化模式的思想评析

张 涵

(山东大学政治学与公共管理学院, 山东 济南 250100)

[中图分类号] B089.1

[文献标识码] A

[文章编号] 1002-3909(2009)02-0110-04

二战前后一些法兰克福学派批判理论家移居美国,看到美国电影业和录音工业地位显赫,很受震撼,这导致了法兰克福学派把眼光转向对现代西方变化着的文化模式加以评估。这前后,他们开始在与“肯定文化”比较中注意研究“大众文化”问题,后来演变成关于“文化工业”的研究。可以说,从“肯定文化”到“大众文化”再到关于“文化工业”的批判,构成法兰克福学派30年代末、40年代及后来的许多社会批判著作的重要主题。^{[1](P304-305)}

一、“肯定文化”与“大众文化”

法兰克福理论家在论述“大众文化”时,往往是与“肯定文化”相对而言的。从历史发生上说,“肯定文化”主要是就自由资本主义时代的文化而言。马尔库塞讲:“所谓的肯定文化,是指资产阶级时代按其本身的历程发展到一定阶段所产生的文化”。在这个阶段,“肯定文化”是“作为独立价值王国的心理和精神世界”而“优于文明的东西”出现的。“这种文化的根本特性就是认可普遍性的义务,认可必须无条件肯定的永恒美好和更有价值的世界。”^{[2](P167)}在马尔库塞看来,“肯定文化是一种社会秩序的反映”^{[2](P120)};这种文化,使人们“即使不幸福也成为屈从和默许的方式”^{[2](P157)}。马尔库塞指出:“肯定文化在根本上是理想主义的。对孤立的个体要求来说,它反映了普遍的人性;对肉体的痛苦来说,它反映着灵魂的美;对外在的束缚来说,它反映着内在的自由;对于赤裸裸的唯我论来说,它反映着美德王国的义务。在新社会蓬勃兴起的时代,由于这些观念指示超出生存既有的组织方向,它们是革命的;但它们在资产阶级统治开始稳固之后,就愈发效力于压抑不满的大众,愈发效力于自我安慰式的满足,它们隐藏着对个体的身心残害。”^{[2](P123-124)}他又说:“在垄断资本主义时代,资产阶级与自身的文化发展冲突,肯定文化的自我消亡便开始了。”^{[2](P161)}可见,马尔库塞对早期资产阶级文化和当代发达工业社会的文化作出完全比较,给出了不同的评价。正如一些论者指出的:他将早期资产阶级文化界定为一种在功能意义和年代顺序上的前技术文化,认为这种文化用对普遍人性的欢呼来与孤立的资产阶级个人

相对立,用对美好灵魂的颂扬来对肉体作出反应。^{[1](P306-307)}

法兰克福学派在分析“肯定文化”的基础上,又专门界定了当代“大众文化”。如果要对“大众文化”进行范畴界定,综合法兰克福学派学者的论述,可以这样概括:“大众文化”是工业社会以来与现代都市及大众群体相伴而生的、以大众传播媒介为物质依托的、受市场规律支配的、平面性和模式化的文化产品形式。而前些年我们国内许多学者往往望文生义,往往在“群众中自发产生的文化”或“人民大众的文化”意义上来理解和介绍西方学者所讲的“大众文化”,这是浅薄的,是有问题的。

法兰克福学派特别是阿多尔诺等人强调,“大众文化”中的“大众性”突出体现在满足“大众消费”上。“大众文化”的本能性“功用”即是“化大众”——引导大众接受并消费它。“大众文化”从文化的内容到形式以至“推销”等诸方面突出迎合大众的心理、行为,即总是从“文化消费者”出发来塑造“自我”。“大众文化”的这一特点致使大众文化品必定像工业社会里的其他商品一样,可以借助于包括大众传媒在内的一切传播手段,以标准化的模式批量生产,从而满足大众群体的精神愉悦,并不断取悦大众群体日常生活和消闲时光,其结果是“大众文化”实现了与商业的有机结合和强力联姻,最后以文化商品的形式大量倾销到社会生活的各个层面和各个环节。这样,按法兰克福学派所强调的以上意义上的“大众文化”,既与通常所说的“民间文化”有区别,更与所谓的“精英文化”不同。根本的不同在于,它是一种以市场经济为中介而追求利润的文化商品生产与消费。

法兰克福学派认为,以上意义的“大众文化”的出现,是有其深刻社会历史背景的。人们知道,近代文明与“都市文明”具有同一系列的史学意义。19世纪末繁荣发展起来的法国巴黎、英国伦敦、美国纽约曾呈现出都市文明的典型形态。这种文明是在工业化、社会化生产的历史进程中发展起来的,它所具有的先进生产方式和生活方式,即人类生产、生活的日趋集中化,构成了有别于工业社会之前形态的情况。历史进入到近代以后,“都市”便开始最大限度地汇聚着来

自四面八方的人们,这造就着资本主义生产方式及经济文化的利益追逐,另一方面也丧失了对自然的亲合。当这种自由人群体达到一定的规模和程度的时候,“大众”即在都市里形成了。由此,一些法兰克福学派的学者指出,人身自由是“大众文化”意义上的“大众”出现的前提,追逐商业利益是“大众”出现的动力,个性的普遍湮没是“大众”出现的代价。由适应发达社会的生产、生活方式,在都市中酿造着一种新的文化形态,即“大众文化”。

法兰克福学派的一些学者指出,近代工业社会以来,伴随着从城市文明到都市文明、从个体的“人”到整体的“类”的历史进程,“大众文化”经这一历史进程在20世纪中叶得以真正形成。当然,这一历史过程是曲折而复杂的。进入工业社会以来,科技理性带来了社会生产力的巨大变革,从而实现社会经济诸领域的飞速发展。历史进入20世纪后,传统的生产方式发生了变革,世界的技术化、理性化操作越来越成为历史,而对人的、职业的、信息的诸种关系的处理成为新时代的标志,历史也就引导人类逐步进入后工业化社会。作为群体社会,人与人的合作、磋商、协调以及个人参与团体的程度更加重要。这种历史性变化决定了人们生活方式的变化。由于现实世界和文化的变迁改变了传统意识,人们开始对科技理性进行深入地、全面地反思;同时,人们对社会环境陷入迷乱,对自我的把握也陷入困惑,因而传统的、理性的文化观念乃至生活方式越来越遭到怀疑与排斥。时至20世纪中叶,西方现代派文化艺术对资产阶级正统文化秩序表现出强烈的对抗情绪。这深受反理性情绪的影响,将自我与感觉看作是文化评价的试金石。在这种氛围中,传统的少数精英文化转变为渗透于大众生活方式的“大众文化”,与商品生产合流,独占鳌头,统治了文化领域。基于以上情况,“大众”的外延不断扩展。“大众文化”以其强大的整合力覆盖了资本的世界,并且以其本能的冲动被奉为文化时尚而堂而皇之地进入了人们的社会生活。丹尼尔·贝尔曾这样表述道:“大众文化”的特征“就是……要不断地表现并再造‘自我’,以达到自我实现和自我满足。……它尽力扩张,寻觅各种经验,不受限制,遍地掘发。”^{[3](P59)} 这张扬着“大众文化”的平民化、世俗化倾向,表现出“大众文化”重情绪的特征。于是“大众文化”成了人为包装、供人消费的生活方式,广告商、画家、作家,甚至装饰师们追逐的是时髦、时尚,进行的是“时尚竞赛”。马克斯·韦伯在讲到清教伦理精神遭到普遍攻击和遗弃时,他把享乐主义、拜金主义、游戏人生的道德观称为“新资本主义”的体系。人们注意到的是,大众文化以其商品性、消费性和娱乐性,迅速征服了大众,并且在一片追求时尚的风气中实现了文化的转型。有人甚至将大众传媒比作《圣经》,“广播就像《旧约全书》,能听到圣人教诲,却看不到他;电视就像《新约全书》,因为在电视里圣人变得栩栩如生,就像在我们中间一样”^{[4](P204)}。显然,以高科技信息技术为依托的大众传媒,为大众文化的扩展提供了十分有利的条件,越来越成为大众文化得以生存的物质性依托。这促成着大众文化的产业化过程,使大众文化纳入了社会化大

生产的网络之中。全球传播也使大众文化突破了地域限制而拥有了世界市场,从而进一步促进了大众文化的发展。在这样的时代,一切都“万花筒”般地光怪陆离:电影空间为众多的录像厅、咖啡屋、台球室所侵占;在文学界,“世俗化”倾向愈演愈烈,甚至搞笑和媚俗被捧得大红大紫;与此相反,人文学者遭遇冷落,理想主义遭到排斥,双方的分化日渐分明。

这样,“大众文化”被认为是现代工业社会尤其是“后现代社会”的一道突出而普遍的文化景观。它时刻以大众传播媒介为依托,通过一种标准化的程序进入大众消费并掌握大众;它不同于“民间文化”和“通俗文化”,不同于“精英文化”和“高雅文化”;在消解了传统的文化形态的同时,它日益成为后工业社会的文化形态。经济上追求利润,产业上规模运作,生活上亲合世俗,思想上竭力摆脱传统“理性”的束缚,导致了“大众文化”的问世;同时,由于商品社会的市场逻辑伴随着社会现代化历程已经深入到人们的文化精神领域之中,迎合人们的精神需求已经是一切文化产品生产的至关重要的原则。另外,作为全球的现代化运动既造就了现代都市化生活,又造就了众多的文化消费群体,“大众文化”得以生成并迅捷发迹。而显然,从这里反映出“大众文化”现象实际上表现的就是“文化产业”或用他们所说的就是“文化工业”表现出的现象。总之,由此可以看出,“大众文化”是有其特指的“文化”。人们看到“大众文化”这个概念,往往只注意到其中的“大众”这个词,只从其面向“大众”而理解“大众文化”,实际上,当代西方学者关注的“大众文化”特指的是作为“文化工业”或“文化产业”的文化。

二、关于“大众文化”与“文化工业”

我国近些年对法兰克福学派一些文献的翻译,往往把“Culture Industry”这个词组翻译成“文化工业”。霍克海默和阿多尔诺在其合著的《启蒙辩证法》中,专列了一章《文化工业:作为大众欺骗的启蒙》。其中第一次使用了“Culture Industry”这个词来探讨当代资本主义社会的文化状况。而据阿多尔诺与霍克海默自己讲,他提出这个词是为了以其取代“大众文化”这个概念。

20世纪40年代初,当法兰克福学派的一些主要成员开始逐步把注意力从“肯定文化”的研究转移到“大众文化”之后,又特别关注和提出了“文化工业”的问题。这后面两个概念意义相近。阿多尔诺和霍克海默最初用“大众文化”一词,甚至在《启蒙的辩证法》的草稿中也使用这一概念;到该书定稿时才用“文化工业”来取代。关于为什么要用后者来取代前者,阿多尔诺在发表于1967年的《文化工业再考察》一文中作了说明。他说,“文化工业”一词也许是第一次在《启蒙的辩证法》一书中使用的。在该书的草稿中,使用的是“大众文化”,后来用“文化工业”这一表达来取代它。这是为了从基础上排除“一种在其拥护者中一致的看法”,即把此仅理解成“一种从群众自身中自发产生的文化”,仅理解成是“通俗艺术的一种当代形式”^{[5](P231)}。尽管后来霍克海默也偶而用“大众文化”一词,但重在赋予它“文化工业”的内涵。

在法兰克福学派那里,如果说“肯定文化”主要是自由资本主义时代的文化模式的话,那么“大众文化”特别是“文化工业”则主要是垄断资本主义或国家资本主义时代的文化模式。按照法兰克福学派的观点和解释,“大众文化”突出是指借助于现代大众传播媒介而流行于大众之中的通俗文化,包括通俗小说、流行音乐、艺术广告等。它融合了艺术、音乐、政治、宗教和哲学等各方面,在闲暇时间内操纵广大群众思想和心理,培植支持统治和维护现状的顺从意识。卢旺塔尔有一句名言:“大众文化反过来是一种心理分析”。关于“文化工业”,霍克海默和阿多尔诺在《启蒙辩证法》中虽然没有专门给它下明确的定义,而强调其直接关涉于凭借现代科学技术手段大规模地复制、传播文化产品的娱乐工业体系,这是很显然的。他们由指向资本主义社会批判的视角,强调资本主义社会的“文化工业”已经堕落成为其现实和统治辩护的意识形态工具。在霍克海默和阿多尔诺看来,文化工业及其娱乐的真正意义是“为社会进行辩护”^{[6](P135)}。“在文化工业中,不管是批判还是尊重都一并消失了;批评变成了机械鉴定”^{[6](P145)}，“整个文化工业把人类塑造成能够在每个产品中都可以进行不断再生产的类型”^{[6](P114)}。现在的艺术“它从一开始就排除了低层人民,以及存在于这些阶层之中的真实的普遍性,艺术从虚假普遍性的目标中得到了自由,它凭借这种自由而恪守诺言”^{[6](P122)}。在法兰克福学派的批判理论家们眼里,文化工业或大众文化对人的心理意识的操纵具有强制性,它通过“不断重复”、“整齐划一”使所有的人从一开始在工作 and 休闲时都受之影响。例如,阿多尔诺在《论流行音乐》中对流行音乐这样讲:“音乐节目的消费者自身就决定了流行音乐生产是同一机构的产品”^{[6](P126-127)}。

(一)由于“文化工业”的最显著特征是使文化及艺术产品商品化,这会导致只追求经济效益会把文化推向平庸

阿多尔诺认为,为了消除认为“大众文化”是从大众出发、并为大众服务的通俗文化这样一种误解,就必须用“文化工业”(Culture industry)取代“大众文化”(mass culture)这个概念,并最大限度地把它区分开来。这主要是因为“文化工业”并不是真正服务于大众的,而是为了经济上获益而适合大众消费而特意制作并在很大程度上决定着消费性质的那些文化产品,它或多或少是刻意炮制出来的;同时由于它的制作必经过工业经济,所以它的各个组成部分,它们自己构成一个几乎没有多样性差别的系统。

在《启蒙辩证法》等著作中,阿多尔诺等人一直注重作出这样的分析:文化工业产品是一种受交换价值支配的特殊商品,文化工业只是注重经济效益。他指出,由于文化产品成为按照工业生产目的、由工业生产流程所控制而生产出来的一种文化工业产品,从而就具有了商品性质。阿多尔诺讲:这样的“文化产品是彻头彻尾的商品”。“文化工业”的最显著特征是它使文化及艺术产品商品化。“它通过人为方式生产出来的框架结构”^{[6](P113)}，“每一个产品都是巨大的经济机器的模型”^{[6](P118)}。文化工业产品是由实现其价值的

交换原则所支配的,而不是由其自身内容以及和谐形式所决定的。因此,文化工业的全部动机,就在于把对利润的追逐投放到各种文化形式上。当这些文化形式作为商品在市场上成为其制作者的经营手段的时候起,它们就或多或少地具有了这种性质。当然,那时对利润的追逐是间接的,它们仍然没有丧失自身的独立自主性。现在的“文化工业”则直截了当地把经济利益放到了首位,它的最终目的就是追逐利润。这样,作为文化工业的产品,并不是一般的商品,而是一种特殊商品。阿多尔诺讲到,“在文化商品中,所谓的使用价值已经为交换价值所替代;在人们欣赏艺术作品的地方,到处充满着走马观花和确凿可靠的知识:沽名钓誉取代了鉴赏家。消费变成了快乐工业的意识形态。”^{[5](P131)}“所有这些,恰恰是文化工业的总体性所带来的结果。”^{[6](P117)}这就意味着,文化工业结束了康德所说的艺术的非功利性特征,使艺术成为一种文化工业产品,成为一种具有特殊性的商品。

(二)由于主要不以文化素质为支撑,“文化工业”会走向一种“反文化”

首先,“文化工业”形成一种工业产品的“标准化”。文化工业是文化生产的产业化。工业生产过程不断重复,使文化工业从生产到产品都失掉了人的本性自然流露,更多地是为了当下消费而生产的。显然这种产业化生产过程是在技术的标准化中运作的。因为文化工业生产与现代工业化生产有直接联系,所以它们总是按照一定标准、一定程序大规模生产出各种复制品,如电影拷贝、唱片、照片、录音带等等,其文化原型已被标本化。

其次,“文化工业”的标准化带来其产品的“划一性”。在《启蒙辩证法》第二部分“文化工业:作为大众欺骗的启蒙”中,阿多尔诺开宗明义就指出:“文化给一切事物都贴上了同样的标签。电影、广播和杂志制造了一个系统,不仅各个部分之间能够取得一致,各个部分在整体上也能够取得一致。”^{[6](P107)}“工业社会的力量留在了人类心灵中。娱乐制造商知道,即使消费者心烦意乱,仍然会消费他们的产品,因为每一个产品都是巨大的经济机器的模型,这些经济机器无论是在工作的时候,还是在闲置的时候,都会像作品那样,为大众提供有力的支持。没有人会从每一个有声电影或每一个广播节目中推断出社会效果,但是社会效果却是为所有人共同分享的。整个文化工业把人类塑造成能够在每个产品都可以进行不断再生产的类型。”^{[6](P114)}就此,阿多尔诺说:“在文化工业中,这种模仿最终成为了绝对的模仿。”^{[6](P117)}

再就是,由文化工业的标准化、划一性,形成了文化产品的无风格。这主要在于“文化工业”扼杀文化创造性和个性的风格。在阿多尔诺看来,文化工业的风格就是程式化,即在文化工业中,所有的艺术作品都表现为只有一个风格,实际上成为无风格。这是“作为所有风格中最僵化的风格”,“被人们谴责为最缺乏风格”^{[6](P147)}。

总之,“文化工业”会形成一种抹煞主体性、泯灭个性、模仿性泛滥的“大众文化”。这样“文化工业”实际上就成为了一种“反文化”。

(三)由于对整个社会生活的渗透,“文化工业”会形成对消费者的欺骗性控制

在市场经济中,人们往往把在市场上的利润收益作为检视一切的实用尺度,面向市场成为文化的选择。文化受众在铺天盖地的商品性复制品中几乎完全丧失了对文本的选择权。因此从电影、广播到流行音乐,都表现出“个性的虚假”。正如阿多尔诺和霍克海默所说,“在文化工业中,个性就是一种幻象”,这不仅“是因为生产方式已经被标准化。个人只有与普遍性完全达成一致时,他才是得到容忍,才是没有问题的。虚假的个性就是流行:从即兴演奏的标准爵士乐,到用鬃发遮住眼睛,并以此来展现自己原创力的特立独行的电影明星等,皆是如此”^{[6](P140)}。

在文化工业垄断下,广告越是表现得荒诞无稽,它就变得越有威力。人们要想生活,就离不开文化工业产品。因此,为了克服消费者饱食终日无所事事和麻木不仁的精神状态,就必须生产出大量的文化工业产品。也就是说,“在文化工业中,广告已经取得了胜利:即便消费者已经看穿了它们,也不得不去购买和使用它们所推销的产品”^{[6](P186)}。用马尔库塞的话说,这种消费不是消费者的“真实的消费”,而是“虚假的消费”。

在阿多尔诺看来,文化工业不仅通过广告来诱导并误导消费者,而且它还通过娱乐活动进行公开的欺骗。在这样的现代工业文明中,作为文化工业产品的艺术作品,已经没有什么重要意义了。阿多尔诺说,轻松艺术即消遣娱乐作品总是伴随着自主的影子,而完全丢掉严肃认真的信念。这种轻松艺术是缺乏真实社会前提的作品,它往往具有一种合乎实际的假象,但假象本身就是“真实”。尽管消遣娱乐活动完全是无拘无束地进行的,但它所带来的欢笑却成为骗取幸福的工具,于是形成的享乐也变成了呆板无聊的。这里的“享乐”固然意味着全身心的放松,而头脑中什么也不想,忘记了一切痛苦和忧伤,这种享乐是以无可奈何为基础的。实际上,这种享乐是一种逃避。当然,这里的“逃避”,并不像人们所说的是只对恶劣现实的逃避,而更是逃避对恶劣现实的思想反抗。因此,消遣娱乐作品所许诺的解放,是摆脱思想的解放,而不是摆脱消极东西的解放。这样一来,消遣娱乐活动就使消费者在进入带社会影响的娱乐中,失掉了自己的思想。

面对“文化工业”渗透于一切的社会整体,个人实际上失去了自由,丧失了独立决断的能力,变成了社会的简单原子。也就是说,文化工业借助于科技手段,日益发展成为意识形态操控系统以实现自己的统治,它不仅调节了公众生活,而且控制了私人生活;不仅灌输思想,而且还渗透进人的心理结构。文化工业支配了社会生活的一切领域。总之,“整个世界都要通过文化工业的过滤”^{[6](P113)}。这样,一切不适应这种“时代潮流”的人,就会随着经济上的寒酸、或被看成是在精神上成为怪癖的人,而遭到抛弃。在这里,消费者是工人和职员、农庄主和小生产者,现代工业文明用物质生产紧紧控制住他们的灵和肉,使他们心满意足地享受这种“文明”为他们提供的东西。这样一来,即便“工业文化和

大众文化也许会使人们更加憎恨资本主义,不过,这种文化还是无法摆脱阉割的威胁。这是最根本的事情”^{[6](P127)}。阿多尔诺认为,文化工业不仅不能触动资本主义制度,相反,它还还为现存社会秩序辩护。因为在现代工业文明中,已经出现了某种比较高级的福利国家。在这里,人们为了维持自己的地位,就必须进行经济活动,而在经济活动中,由于技术的高度发展,本国国内的群众作为生产者,从原则上看就成为剩馀的了。穷人被视为懒惰的人或令人怀疑的人,在外面没人关心的人,或者被关进了收容所,或者被推进了贫民窟。表面上看,似乎任何人都不会被遗忘,似乎到处都是社会救济者。但实际上,文化工业诱导着大众放弃自己的反叛,平息他们对社会的愤怒。阿多尔诺强调说:这种“意识形态本质就是不真实,是虚假意识,是谎言”^[7]。于是,文化工业就变成欺骗大众、束缚人们意识的工具。

综上所述,在法兰克福学派看来,所谓“文化工业”,并不是通常所说的“通俗文化”,而是借助于现代科技手段大规模地复制、传播文化工业产品的“娱乐工业体系”;大众传媒广泛流传于大众之中、并控制了大众的工业文化;它是以市民大众为消费对象,以商品化为标志,在闲暇里控制、操纵人的思想和情感的文化。这起着欺骗大众、巩固现存秩序的意识形态作用。因此说,法兰克福学派对大众文化商品化以及由此带来的一系列消极作用的揭露和批判,确实反映了资本主义社会发达工业文明中的“文化工业”消极方面。他们关于大众文化的研究、分析和批判,是对当代西方文化价值危机深刻反思的产物,其一系列论说,是振聋发聩、发人深省的,这不仅有助于加深对资本主义文化工业的认识,而且对市场经济条件下的文化建设都具有借鉴和启发意义;同时,阿多尔诺文化工业论,对当代文化产业研究也会产生重要影响。

参考文献:

- [1]陈振明.“西方马克思主义”的社会政治理论[M].北京:中国人民大学出版社,1997.
- [2][美]马尔库塞.马尔库塞文集[M].上海:上海三联书店,1989.
- [3][美]丹尼尔·贝尔.资本主义文化矛盾[M].北京:生活·读书·新知三联书店,1989.
- [4][美]丹尼尔·杰·切特罗姆.传播媒介与美国人的思想[M].北京:中国广播电视出版社,1980.
- [5]T. W. Adorno. Culture Industry Reconsidered. in Larry Ray (ed.), Critical Sociology. England: Edward Elgar Publishing Limited, 1990.
- [6][德]霍克海默.启蒙辩证法[M].上海:上海人民出版社,2006.
- [7][德]阿多尔诺.抒情诗与社会[J].目标,1974,(20).
作者简介:张涵(1976—),男,山东招远人,山东大学政治学与公共管理学院2005级博士研究生。

责任编辑:杨亚利