

理解法兰克福学派传媒批判的钥匙：生成语境^{*}

王 勇

摘要：法兰克福学派的传媒批判是传播研究批判学派的理论源头，其核心观点是，资本主义大众传媒是国家控制的意识形态机器，资本主义传媒文化是麻醉人们的精神鸦片，在资本主义大众传媒的包围和灌输下，人们成为了缺乏批判和否定之维的“单向度的人”。对大众传媒成为德国法西斯残暴统治的帮凶的记忆，以及目睹美国资产阶级利用大众传媒进行温柔统治的现实，是法兰克福学派传媒批判的生成语境。不理解这一点就不能正确理解和评价法兰克福学派的传媒批判。

关键词：法兰克福学派；传媒批判；意识形态；单向度；生成语境

作者简介：王勇，男，副教授，博士。（湘潭大学 文学与新闻学院，湖南 湘潭，411105）

中图分类号：G206 **文献标识码：**A **文章编码：**1008-6552(2010)02-0006-06

法兰克福学派（the Frankfurt School）是20世纪西方马克思主义的代表学派，也是批判理论（Critical Theory）中影响最大的学派。“法兰克福学派在批判理论研究中的地位非常高，以致它往往就被简单地称作批判理论。”^{[1](412-413)}在法兰克福学派的批判理论中，对大众传媒的批判尤其引人注目。法兰克福学派1932年创办的《社会研究杂志》曾把“大众传媒与大众文化”作为六个主要论题之一。“传播在法兰克福学派的理论运动中占核心地位，而且对大众传播的研究一直是特别重要的部分。”^{[1](413)}在传播研究史上，法兰克福学派最早举起批判的大旗，以马克思主义理论、人文主义思想从批判的视角研究大众传媒，取得了辉煌成就，产生了广泛而深远的影响。他们的研究成果被传播学大师拉扎斯菲尔德称为最早的“传播批判研究”，是西方传播研究批判学派的理论源头，对传播研究批判学派乃至整个传播学的发展做出了不可磨灭的历史功绩。

然而，自诞生以来，法兰克福学派的传媒批判就毁誉相随，有叫好的，但也不乏质疑、批判，甚至全盘否定的声音。怎样正确理解和评价法兰克福学派的传媒批判？笔者认为，任何一种理论都有其产生的特定历史语境，不可能是放之四海皆准的真理。那种将其生成语境剥离，作为一个孤零零的靶子移放到当代的社会情境中进行批判和攻击的作法，看似理直气壮，其实常常是片面、肤浅和粗暴的。要准确理解和评价法兰克福学派的传媒批判，就必须还原其生成语境。本文在阐述法兰克福学派的传媒批判的核心观点的基础上，进而分析其生成语境，以期更好地理解 and 借鉴其传媒批判理论。

一、法兰克福学派的传媒批判理论

法兰克福学派对大众传媒的批判，是其社会批判理论模式和思想模式的延伸，也是其社会批判理论进入操作阶段的一种更具体的实践形式。因此，与经验学派主要关注大众传媒的传播效果不同，法

^{*} 基金项目：本文为湖南省社科基金项目“媒介环境与青少年社会化研究”（08YBB076），湖南省教育厅重点项目“媒介环境优化与青少年社会化研究”（09A096）的研究成果之一。

法兰克福学派研究传媒一开始就关注“大众传媒的控制问题”，即“谁在控制大众传媒？”“为什么控制？”“控制的后果是什么？”从而创造了与经验学派大异其趣的传播理论体系。这个理论体系是个复杂的整体，下面按照“谁在控制大众传媒？”“控制的目的是什么？”“产生什么样的后果？”的思路来阐述其核心观点。

1. 传媒机构：国家控制的意识形态机器

法兰克福学派的传媒批判是通过对大众传媒意识形态本质的揭示来完成的。西方资本主义国家政府和媒体常标榜出版自由，宣扬大众传媒是独立于政府的资本主义企业，是监督政府的“第四权力”。但法兰克福学派认为，在资本主义社会，大众传媒表面上是独立于政府的私人企业，但正因为它完全商品化和资本化了，从而丧失了独立性，必须依附强大的资本，必然处于为资本服务的地位，而且其本身已成为资本的一部分，自然自觉地维护资本主义制度，从而成为保障资本利益的国家机器的一个重要部分；更重要的是，由于大众传媒传播威力大，影响范围广，无论是资本主义极权国家纳粹德国，还是资本主义民主国家美国，都不会放弃对这种工具的控制。因此，在资本主义社会，国家权力紧紧控制着大众传媒。大众传媒是在国家控制下发挥功能的，它的力量就是国家的力量。大众传媒在形式上是企业，但本质上已成为“意识形态国家机器”，成为国家维护意识形态、传递统治阶级意志的工具，履行着意识形态的社会控制职能，维护着国家统治的合法性。

只不过，资本主义极权国家纳粹德国，是以一种赤裸裸的方式把大众传媒作为意识形态国家机器的。它直接以野蛮专制的手段控制大众传媒，使电影、报纸、广播等大众传媒成为控制公共舆论和人们意志的强大工具，成为法西斯极权统治的“传声筒”。“传播机器每日通过报纸、电台将民族主义、沙文主义、自由主义、道德论等等按时按量硬塞给每个公民。”^{[2](146)}“无线电广播变成了领袖的话筒，大街上的大扩音喇叭，不断传出像女妖塞壬一样令人惊惶失措的进行宣传领袖的声音。国家社会主义分子们自己也知道，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。”^{[3](150)}在资本主义极权国家，大众传媒是统治阶级直接控制地赤裸裸的国家意识形态机器。

而美国等资本主义民主国家，则是以一种更隐蔽、更缓和的方式将大众传媒作为意识形态国家机器。霍克海默和阿多诺曾以斩钉截铁的口气说：“广播系统是一种私人的企业，但是它已经代表了整个国家权力……切斯特农场不过是国家的烟草供给地，而无线电广播则是国家的话筒。”^{[3](150)}针对美国主流学者宣扬的“信息和娱乐媒介论”，马尔库塞断然予以驳斥：“人们真的能将作为信息和娱乐工具的大众传媒同作为操纵和灌输力量的大众传媒区别开来吗？”^{[4](9)}他指出，在资本主义民主国家，大众传媒乍看是一种传播信息和提供娱乐的工具，但实质上不发挥思想引导、政治控制功能的大众传媒在现代社会是不存在的。大众传播即使作为传播信息和娱乐公众的过程，也是国家权力对公众进行灌输和操纵的过程。法兰克福学派认为，大众传媒的意识形态控制，主要通过制造普遍利益和特殊利益的虚假统一、制造虚假需求和美化、幻化现实和构建一个统治阶级控制之下的全封闭的社会体系等虚假的、欺骗性的意识形态来促进和维护社会思想的同一性，从而维持资产阶级统治的合法性。

总之，法兰克福学派认为，传媒机构是受国家控制与操纵的意识形态机器，是国家的“话筒”和权力的工具；大众传媒承载并传播统治阶级的意识形态，直接履行着意识形态的社会控制职能，成为软性维护国家统治和现存社会制度的工具。

2. 传媒文化：麻醉人们的精神鸦片

对资本主义传媒文化，法兰克福学派主要使用“大众文化”和“文化工业”这两个概念来阐述。1942年，霍克海默与洛文塔尔探讨了“大众文化”这个概念，指称借助于大众传媒（电影、广播、报

纸、广告、杂志等)而流行于大众中的通俗文化,如通俗小说、流行音乐、艺术广告、批量生产的艺术品等。他们认为,大众文化融合了艺术、商业、政治、宗教和哲学,在闲暇时间操纵公众的思想与心理,培植支持统治和维护现状的顺从意识,行使社会欺骗功能。霍克海默和阿多诺在《启蒙辩证法》中则使用“文化工业”来替代“大众文化”。他们指出,文化工业是凭借现代科学技术手段大规模地复制、传播商品化了的、非创造性的文化产品的娱乐工业体系。这个体系以大众传播媒介(电影、电视、报纸、广播、杂志等)为手段和载体,操纵物化的、虚假的文化,娱乐大众,欺骗大众。阿多诺和霍克海默抛弃“大众文化”而创造“文化工业”一词,是为了强调资本主义大量生产、复制和传播的传媒文化不是大众身上所自发产生的,也不是他们真正需要的,而是强加给大众并让他们接受、消费的。

而且这种文化,在法兰克福学派看来,也不是真正的文化,“电影和广播不再作为艺术”,而是资本主义的一种赤裸裸的工业,是资产阶级强迫、诱使大众参与生产、消费,赚取利润的工具,也是统治阶级用来麻醉人们、维护统治的鸦片,是现代资本主义社会政治统治和经济统治的延伸。在《文化工业:作为欺骗群众的启蒙》中,阿多诺和霍克海默分析了资本主义传媒文化如何像其它资本主义工业一样标准化、大批量生产,创造消费使用价值;如何使用异化劳动,追求利润;如何依靠技术、机器提供的竞争优势,致力于生产“消费者”等等,同时揭露了资本主义传媒文化如何不动声色地把它的牺牲者引入被动接受的状态,从而达到麻木心灵、奴役个人、强制灌输和推行资本主义秩序的目的。

他们认为,资本主义的传媒文化的最大特点是麻醉性。资本主义的传媒文化是强加在大众身上的文化产品,但它却总标榜它的生产是为了满足大众,满足最大多数人的最普遍的需要——当然也是各种低俗的需要;它对大众的需求体贴入微,它承诺提供越来越多的消遣娱乐,承诺给工作一天之后身心疲惫的大众带来快乐。于是快餐式的小说杂志、流行音乐、肥皂剧以及如梦如幻的好莱坞式电影被大量生产,共同营造一个虚幻的世界,让大众逃避现实生活的艰难和烦恼,沉迷于幻想之中,沉溺于无思想的享乐之中。“享受意味着全身心的放松,头脑中什么也不思念,忘记了一切痛苦和忧伤。这种享受是以无能为力为基础的。实际上,享乐是一种逃避,但是不像人们所主张的逃避恶劣的现实,而是逃避对现实的恶劣思想进行反抗。娱乐消遣作品所许诺的解放,是摆脱思想的解放,而不是摆脱消极东西的解放。”^{[3](135-136)}资本主义大众传媒尊奉的信条是:大众不需要文化,只需要娱乐,娱乐行业提供消费品就是为了让社会享用。传媒文化以娱乐的快感和享乐满足大众的虚假需要,把在现实中不幸的人引向虚幻的美好世界中去,麻醉了大众的思考和反抗的神经,使大众沉迷其中不能自拔,甚至根本不自知。

法兰克福学派还认为,资本主义传媒文化具有其它商品所没有的特质:隐蔽的欺骗性。资本主义的传媒文化是资本家赚取利润的工具,虽然它考虑最多的是利润,总把可售性作为第一考虑,竭力迎合大众的低层次需要,甚至它表面上有意排斥意识形态内容,好像只讲赚钱,不谈政治,只追求娱乐,不涉及意识形态。但是它却总是竭力美化现实,美化现存的社会制度,对社会中存在的反抗和不满,它要么给予压制、排斥,要么在笑声中或歪曲中予以消解。它“是从上到下强加给大众,表面上看,把大众款待得仿佛专为他们量身制作,实际上是在灌输统治阶级意识形态的、标准化了的形式和情感。”^{[5](51)}“文化工业的每一个运动,都不可避免地把人们再现为整个社会所需要塑造出来的那种样子。”^{[3](118)}

总之,在法兰克福学派看来,资本主义传媒文化起着麻醉大众,维护资产阶级统治的功能,是麻醉大众的鸦片和巩固现行社会秩序的“社会水泥”。

3. 传媒受众:丧失批判和否定之维的“单向度的人”

对于资本主义大众传媒的影响和后果，法兰克福学派有着深刻的分析。他们认为，大众传媒在资本主义社会使人成为“单向度的人”的过程中起了决定性的作用。

“单向度”（one - dimensinoal）是马尔库塞在《单向度的人》中提出的，“用来描绘顺从现存的思想与行为之情势的一个概念，这种情势缺少批判之维，也缺少超越于现存社会之上的选择之维与可能之维”。马尔库塞认为，资本主义社会造就的人只有肯定、认同和顺从现状的面向，没有否定、批判、超越现状和追求更美好生活的面向，而大众传媒在其中扮演了十分重要的角色。

马尔库塞指出，资本主义大众传媒“传播着必要的价值标准，它们提供了效率、意志、人格、愿望和冒险等方面的完整的训练”^{[6] (68)}，但却消灭了思想的丰富性和人的多样性。他说：“大众传媒努力消除否定和对立，传播领域所使用的‘单面语言’起到压抑思想、欺骗民众的功能。”^{[4] (14)}资本主义社会创造了把个人融进现存生产和消费体系的虚假需求，大众传媒塑造出人们的思维模式和生活模式，这一切又再生产出现存的社会体系并且力图消除否定、批判和对立，结果是思想和行为的“单向度”。在其中，任何一种批判思维和对抗行为的倾向和能力都消失殆尽。阿多诺则认为，大众传媒提供让人迷醉的娱乐以及各种辉煌灿烂的场景，美化、幻化现实，粉饰资产阶级统治，麻痹人们心灵，让大众在其营造的虚幻中追求暂时满足，在虚假需要的满足中沉醉，没有思想，没有反抗，只有顺从和驯服。阿多诺指出，资本主义大众传媒对大众的虚假需求的暂时满足所达到的效果类似于悲剧的“卡塔西斯作用”：“悲剧通过唤起观众某些过分强烈的情绪然后把这些不应有的情绪净化掉；大众传播则在虚幻地满足人们的生活梦想的同时又使人们自觉地放弃这些现实不允许的梦想。”^{[7] (60-61)}他还以有声电影为例指出，资本主义大众传媒支配人们的闲暇时间，不给观众留下反思的空间，压制了人们的思想自由，诱使观众将媒介幻像直接等同现实，以致“电影观众认为，电影就是外面大街上发生的情况的继续，电影与生活不再有什么区别……。电影总是用它的内容教育观众，促使观众直接用它去衡量现实。”^{[3] (118)}在大众传媒的包围和灌输下，在大众传媒高度组织化的思想控制下，“每一个人貌似主动，其实被动，貌似自由，其实不自由，每一个人都难逃无孔不入的大众传媒的操纵，自由选择的空间和自我决断的能力丧失了，思想、行为被齐一化和同质化了，……这无异于个体的终结。”^{[6] (68)}最终结果是，劳动大众失去了思考的能力，也失去了反抗和革命的动力，民众的批判意识和反思能力被彻底消解，变成了“单向度的人”。

当然，这归根到底是资本主义意识形态控制的结果，是统治阶级和大众传媒共谋的结果。“单向度思想是由政策的制订者及其新闻信息的提供者系统地推进的。”^{[4] (14)}在资本主义社会，资本主义意识形态凭借报刊、广播、电影、电视、广告等大众传媒，以无孔不入的方式挤进人们的内心深处，渗透进人的心理结构，使人彻底失去内心的独立和自由，从而心甘情愿地接受控制和操纵，彻底放弃了从思想上颠覆和改变现状的愿望，成为被资本主义整合了的大众，甚至成为了资本主义制度的合作伙伴。

二、法兰克福学派传媒批判的生成语境

法兰克福学派对大众传媒的批判，自诞生以来就受到大量批评，尤其是当今许多人批评认为，它过于“偏激”、“极端”和“敌对化”，因而是非科学的。其实，要正确理解和评价一种理论，必须还原其生成语境。社会科学研究总是特定历史时期特定社会的产物。正如地质学家、动物学家古尔德就一般而言的科学写道，那些和理论打交道的人，“可以只在他们的社会和心理语境中工作。”或如历史学家布伦伯格特别写给那些涉足社会理论的人，“科学在本质上自然而然地镶嵌着文化。”^{[8] (5)}同样，在20世纪30年代到60年代，法兰克福学派的思想家将资本主义大众传媒作为研究对象，进行深入剖析和毫

不留情的批判，与他们所处的社会语境有很大关系。

1. 刻骨铭心的记忆：大众传媒成为法西斯残暴统治的帮凶

在20世纪30年代，第三帝国拥有当时世界上最发达的科学和文化，拥有大量受过很好教育，具有严密逻辑思维能力和判断事物能力的优秀人才，国民的文化素质也比较高，但是却在希特勒荒谬理论的蛊惑下，演出了德意志民族历史上乃至人类历史上最惨痛的悲剧。究其原因，应该说与法西斯对大众传媒的操控利用是分不开的。在纳粹魔掌的操纵下，无线电广播、电影等当时最新、最先进的大众传媒成为法西斯最重要、也最强大的宣传工具，成为其野蛮统治的得力帮凶。例如，纳粹宣传头目戈培尔就曾专门导演反犹电影，制造一个国际犹太阴谋的神话，声称犹太人控制了德国的工业和银行，出卖了德国，从而很快在德国掀起了反犹的狂潮。而无线电广播更是被纳粹分子利用到了无以复加的地步。从1933年起，无线电的生产技术取得了长足的进步，一种价格低廉的“大众收音机”开始源源不断地进入当时德国普通消费者的家庭。戈培尔看准了这种最新的、当时技术含量最高的传播媒介的传播威力，把无线电广播列入“每日活动的中心”，使它积极地、无条件地为希特勒政权服务。他声言：“电台是种手段，它使我们能够把民族社会主义的意志向人民灌输。”^{[9](367)}而纳粹魔头希特勒1938年在《德国广播手册》中更是直言不讳地说：“如果没有扩音器，我们是不可能征服德国的。”到了1941年，全德已有1600多万台收音机，几乎遍布德国的每一个家庭。为此，戈培尔在国民教育部内设置专门管理电台的第三处，并多次到电台进行反动宣传。在第三帝国存在的12年里，无线电广播被法西斯用来控制德国人民的精神，剥夺和蚕食人民自由思考的能力，成为极权主义“把‘个体’变成‘群众’的巨大力量”和“操纵大众灵魂的魔棒”。

作为受纳粹迫害的德国犹太人，法兰克福学派学者对此可谓刻骨铭心，霍克海默和阿多诺就认为：无线电之于法西斯正如印刷术之于文艺复兴。^{[10](249)}因此，法西斯利用大众传媒对德国民众的蛊惑和操纵，就成了法兰克福学派学者心灵中抹不去的记忆，也成为了他们批判大众传媒的社会语境和心理语境。

2. 触目惊心的现实：大众传媒成为美国资本主义温柔统治的利器

当法西斯在利用大众传媒操纵德国民众的时候，在美国又怎样呢？在美国，在整个20世纪30年代，几乎没有什么比新闻影片、画报、广播节目以及好莱坞电影更能影响人们对世界的看法了。对于知识界以及一般公众而言，不管电影公司放映什么，数以百万计的人每天晚上听无线电，每星期看两场电影，已养成习惯。甚至人们对社会问题的看法也日益取决于《生活》杂志和《时代的进展》节目中卢斯的观点；除了这些明显的现象外，大众传媒还有更微妙的作用，例如，总统利用无线电广播使得政府好像亲切地来到了每个家庭的炉火边，从而取得了人们对新政各项政策的支持。^{[11](23)}第二次世界大战后，以电影、电视为代表的大众传媒在美国更是发展得如火如荼，使美国一跃而成为世界上大众传媒最发达的国家。五光十色的大众传媒成为了社会的重要组成部分，深入到人们生活的各个角落，侵入了人们心灵的深处：好莱坞妩媚的艳星在屏幕上展示着迷人的微笑，鼓动大家到金钱之都纽约去冒险，或到阳光灿烂的夏威夷享受生活；迪斯尼的老鼠和鸭子鼓励大家努力工作，赚钱给自己买个从小梦想的卡通娃娃；电视给上班族播放反映上班制度的节目，给操持家事的妇女提供“肥皂剧”，给孩子们提供卡通片，这是无需语言的启蒙教育……总之，在五彩缤纷的大众传媒面前，美国民众迷失了，纷纷投身到传媒文化的狂欢海洋之中，如痴如醉。

当法兰克福学派的学者们流亡到美国后，作为思想敏锐的学者，他们无疑看到了这一切，感受到了这一切，“在那里他们对资本主义社会中作为压迫性结构的大众传播与媒体产生了极浓的兴趣”^{[1](413)}，

而且当他们有机会进入美国的媒体和政府部门工作后^①，他们又了解了美国媒介文化的生产、传播过程，了解了战时美国政府把大众传媒当作政治宣传工具使用，了解了宣传家们对大众传媒的巧妙操纵和利用；第二次世界大战后，他们更进一步了解了美国大众传媒被征用于反苏反共，媒介内容受到严格的控制和审查，以及资本主义对娱乐工业的控制等内幕，结果他们失望地发现，他们只不过是从一个在大众传媒的操纵下民众歇斯底里的德国来到了一个在传媒文化的迷惑下人们如痴如醉的美国。只不过，纳粹德国操纵大众传媒对人们实行的是残暴的法西斯统治，而美国统治阶级操纵大众传媒对人们实行的是一种打着民主自由旗号的温柔统治，但他们对大众传媒的操纵在本质上是一样的。大众传媒在本质上不过是资产阶级统治人民的工具而已。而且从法西斯德国到美国，法兰克福学派看到了大众传媒的更大威力，霍克海默就曾感叹：“收音机和电影的威力决不亚于飞机和枪炮的作用。”^{[12](264)}因此，他们毅然举起批判的解剖刀对资本主义大众传媒进行深入的剖析和激烈的批判。

以上就是法兰克福学派传媒批判的生成语境，不了解这一点，就无法理解法兰克福学派对大众传媒的犀利批判，就无法准确把握其理论精髓。法兰克福学派的传媒批判理论以其真知灼见和深刻性而在传播研究中占有重要地位，值得我们深入研究和借鉴，但是脱离其生成语境，将其悬移到当前社会情境对其进行评价和批判，不但失之公平，也不可能准确；那种不顾社会语境和心理语境的巨大差异，简单地将其套用到当今中国社会，则更有可能谬之千里。

参考文献：

- [1] [美] 斯蒂文·小约翰. 传播理论 [M]. 陈德民, 叶晓辉, 译. 北京: 中国社会科学出版社, 1999.
- [2] Althusser. Ideological State Apparatus (1970) [M]. trans by Ben Brewster. See in Lenin and Philosophy and Other Essays. London: New Left Books, 1971.
- [3] [德] 霍克海默, 阿多诺. 启蒙辩证法 [M]. 洪佩郁, 蔺月峰, 译. 重庆: 重庆出版社, 1990.
- [4] [德] 马尔库塞. 单向度的人 [M]. 张峰, 吕世平, 译. 重庆: 重庆出版社, 1988.
- [5] 陆杨, 王毅. 大众文化与传媒 [M]. 上海: 上海三联书店, 2000.
- [6] [德] 马尔库塞. 爱欲与文明 [M]. 黄勇, 薛民, 译. 上海: 上海译文出版社, 1987.
- [7] Deborah Cook. The Cuitura Industry Revisite Theodor W. Adorno on mass culture [M]. MarylanRowman&Littlefield Publishers, Ins. 1996.
- [8] [美] 斯坦利·巴兰, 丹尼斯·戴维斯. 大众传播理论: 基础、争鸣与未来 [M]. 曹书乐译. 北京: 清华大学出版社, 2004.
- [9] 金重远. 炮火中的文化——文化和二次世界大战 [M]. 杭州: 浙江人民出版社, 1991.
- [10] [美] 马丁·伊杰. 法兰克福学派史 [M]. 单世联, 译. 广州: 广东人民出版社, 1996.
- [11] 赵勇. 整合与颠覆: 大众文化的辩证法 [M]. 北京: 北京大学出版社, 2005.
- [12] [德] 霍克海默. 批判理论 [M]. 李小兵, 等译. 重庆: 重庆出版社, 1989.

^① 如阿多诺于1938年进入普林斯顿无线电广播研究中心工作；洛文塔尔于1943年进入美军战时情报处工作，后来任“美国之音”研究部主任；马尔库塞1941年进入美国战略情报处工作，后在美国国务院情报研究处任职。