

阿多诺文化工业视角下短视频研究

马晓凯

兰州财经大学马克思主义学院, 甘肃 兰州

收稿日期: 2023年10月20日; 录用日期: 2023年11月20日; 发布日期: 2023年11月29日

摘要

阿多诺在《启蒙辩证法》一书中批判了正是技术发展、工业进步、工具能覆盖全球的极大成就为人类的灾难创造了条件。随着资本主义的发展愈演愈烈, 文化的发展也随之步入歧途, 开始表现出同一性、欺骗性和反启蒙性等特征, 而近几年短视频的兴起, 在迎合市场与消费者闲暇娱乐精神需求的同时, 短视频中隐藏的种种陷阱与危机也值得我们深思研究。

关键词

短视频, 阿多诺, 文化工业理论

Research on Short Videos from the Perspective of Adorno's Cultural Industry

Xiaokai Ma

School of Marxism, Lanzhou University of Finance and Economics, Lanzhou Gansu

Received: Oct. 20th, 2023; accepted: Nov. 20th, 2023; published: Nov. 29th, 2023

Abstract

Adorno criticized in his book "Dialectic of Enlightenment" that it is the great achievements of technological development, industrial progress, and tools that can cover the world that create the conditions for human disasters. As the development of capitalism intensifies, the development of culture has also gone astray, beginning to show characteristics such as identity, deception, and counter-enlightenment. In recent years, the rise of short videos has catered to the market and consumers' leisure entertainment. In addition to spiritual needs, the various traps and crises hidden in short videos are also worthy of our careful study.

Keywords

Short Video, Adorno, Cultural Industry Theory

Copyright © 2023 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

在 20 世纪 30 年代,法兰克福学派对资本主义社会的大众文化进行了分析与批判,而以阿多诺为首,受到弗洛伊德、恩格斯、马克思等人的思想影响后,全面的揭示了文化工业所蕴含的问题,这是具有歪曲价值观的概念。随着中国经济的蓬勃发展,文化娱乐产业在生活中的占比越来越高,大众文化不自觉地向着同一化、利益化和欺骗性等方面发展。“抖音”、“快手”等各类短视频平台充分利用人们碎片化的时间来达到平台所期望的目的,虽然我国对短视频中的低俗、擦边等内容视频进行了批评与整改,但我们应对短视频所带来的全新媒体娱乐形式阴影中所隐藏的陷阱与问题应引起警惕与进一步研究与思考。

2. 阿多诺与文化工业理论

(一) “文化工业”的起源

文化工业的起源要追溯到阿多诺与霍克海默在《启蒙辩证法》一书中想要具体解决和解释的问题是什么。马克思在共产党宣言中谈到了财富的积累,也会带来无产阶级权力的积累,他们的权力将使自己摆脱资本主义的暴政,当无产阶级觉醒并清醒的认识到自己所遭受的待遇,他们会义无反顾的团结起来抗议这种被统治的行为。卢卡奇是马克思与法兰克福学派的连接者,他在《历史和阶级意识》中提出:资本的世界中,无论是资本家还是工人,在很大程度上他们都是物化了的两个方面。按照卢卡奇的观点,作为无产阶级的阶级意识已经在马克思主义之后的资本主义社会中消散了。无产阶级并未形成如马克思所期待的先进而统一的阶级意识,马克思关于在阶级斗争这个层面解决资本主义问题的想法彻底沦丧。受这种悲观情绪的影响,部分学者转向文化领域去寻求救赎,其中最具有代表性的就是法兰克福学派。而阿多诺与霍克海默却发现当压迫如法西斯那样变得愈加明显时,大众却没有起身反抗,问题的根源就在于启蒙,正是在技术发展、工业进步、工具能覆盖全球的极大成就中,为人类的灾难创造了条件。“由于工具理性的作用,人的感性经验的能力被压制了,人的感性的经验的内容被否定了”,^[1]能力的压制与经验的否定正是这种艺术所表现出来的形式,它通过自己的方式宣泄着它所蕴含感性生活。在当代社会,工厂机械化生产着艺术,本是流水线标准化生产物质的方法被套用在艺术工业品的制造与输送,这种模式的产生标志着文化生产已彻底地沦为工业化的产物。工业品的消费方式和生产管理模式被用于文化创作,于是艺术作品中喜闻乐见的反抗精神与个人独特的风格魅力完全被擦干抹净,艺术品对于人类精神世界的养分被机械的工具所消除,文化方面就显露出工业领域的权力和暴力。

(二) “文化工业”理论研究概述

二十世纪而八九十年代“文化工业”这一理论被引入中国,但是由于引入理论的时间和本土文化产业的发展并不是出于完美的契合导致理论所应用到实际的实践成果并不理想,法兰克福学派所提出的文化工业理论的历史语境并不通用于我国社会发展与本土文化背景,中国的学在讨论文化工业时,对

阿多诺的文化工业批判理论给予了反复引用和论证，将“文化工业”分解为“文化”和“工业”两层含义，要对“文化”和“工业”两个概念进行全面的分析，紧跟时代脚步，既是漫游者、观察者，又是批判者、吸收者。赵勇认为，阿多诺对于意识形态整合性的考察是基于资本主义制度下社会意识的思考，也是他在纳粹体制统治之下的压抑记忆。[2]黄旦认为，法兰克福学派高度关注技术的发展，人在技术的宰制下成为一种单向度的循环。[3]

“文化工业的技术概念只是在字面上与艺术作品中的技术是相同的。在后者中，技术与对象本身的内在组织有关，与它的内在逻辑有关”。[4]不同的是，机械化模范的形式正代表了文化工业最原始的技术，因此经常存在于它的目标对象。文化工业巧妙地避开了对于它内在艺术性的讨论而多将注意力集中在工艺品制造的技术与手段之上，它不需要对艺术内涵与功能性的负责，也不需要担心对人们审美意识的考虑，只是简单且机械的重复着相同的生产，文化工业的驱动力是对利益与效率的追求，考虑大众标准化的需求，从而彻底的展露了意识形态方面的缺点。

（三）“文化工业”的特征

1. 同一性

在文化工业中，由大规模机械化量产的“工艺品”无一不显示出其虚假的同一性，只考虑如何取得最大利益而丧失了艺术所独特的风格与内涵。制造商迎合大众需求生产同样的东西，只有通过机械生产，产品才得以保证什么都不改变，不合时宜的东西也不会出现。因此，所谓的文化工业独具特色的创新只不过是不断改进的大规模生产方式，所能引起大众注意力的聚焦点也放在了技术生产而不是产品的内涵。这样的前提下，不难看出文化工业将所有需要思考的逻辑联系皆割断，控制了消费者的行为，控制意识形态，实现了娱乐大众化。这样做的后果就是产生了一个难以平衡的关系，生产者通过调研消费者所感兴趣的产品来生产，但是由于大众消费者只能在已有市场中选择自己所感兴趣的商品，便形成了一个只会愈发糟糕的恶性循环。循环往复，消费者与生产者都不会从中受益，不健康的发展也必然导致社会中文化的衰退。看似市面上有大量的艺术品，但都是通过工业化模生产出的标准的无任何差别的产品，这就是所谓的虚假的多样性，是“心思迥异的孩子内心所不同的画面”，是“沙漠中海市蜃楼般虚假的幻觉”，是文化工业虚假的同一性。

2. 欺骗性

文化工业所生产出来的产品并不能等同于那些出自大师之手的真正富有个人特色的艺术品，只是流水线上的产物。更通俗易懂的说，他们只是作为毫无不同的可以用于价值交换的货币等价物，只是为了交换而诞生的简单商品，并没有如真的艺术品那样流芳百年的收藏价值与珍贵的艺术学识。所以，文化工业所制造的产品并不能跳出普遍的市场规律。现代，资产阶级统治下，艺术家乃至许多匠人的作品需要靠流量与金钱得到曝光和关注度，这就致使他们不得不向资本家低头，放弃艺术的纯粹性与神圣性而换取经济利益上的妥协。

当人们把经济、技术和艺术放在一起讨论的时候，艺术便丧失了他自己独特的魅力。若将艺术比喻为孩童，它便在文化工业这一粗暴的老师手中丧失了自己那原本天真纯洁的特征，在错误的成长路上越走越远，由“艺术品”彻底沦为“商品”。阿多诺与霍克海默认为，艺术品的保证是它独有的风格，而不同的风格却得到文化工业相同的厌恶，资本主义没有时间与耐心去等待一件艺术品缓慢的成型，他只是把它当作刻意追求利益的一件商品，资本家会利用无所不在的多种媒体来诱导大众文化的风向，文化工业通过引导大众脑海中的想法使得消费者将得到产品看作是自己的一种满足，这无疑是一种可怕的欺骗行为，诱导大众满足于现有的一切并乐在其中。

3. 反启蒙性

文化工业在娱乐人们的同时，也潜移默化的改变着人们的思想，短视频通过利用人们碎片化的时间，

并未使观看者从中品尝到真正的精神食粮，相反的让人们惰于思考，变得麻木不仁，不知不觉中失去了探索精神。观看者并不懂得，在自己无意识观看视频欢呼、感动的背后，是一个漆黑无比的无底洞，一切都是另一个阶级的目的。文化产业通过消磨观看者的思想来控制着他们，文化工业制造了一群堕落、可怜、消极、被动的白痴，使他们没有自己的疑惑、反思甚至于迷失了自我。互联网的飞速发展，使得大数据的收集与整理越发一目了然，商人会将消费者最喜欢的“菜肴”一盘接着一盘所呈递上来，文化工业可以说是和平年代温和的法西斯和极权主义，它利用温柔的暴力，进行着一场有组织有预谋的反启蒙运动，主导阶级巧妙地利用视频内容行使“文化霸权”影响人们的判断，主导人们的意识，从而为自己的稳固统治添砖加瓦。在消费者欲望所到之处，文化工业都极力地去迎合与满足，人人在获得快感与虚假幸福的同时，忘记了苦难、烦恼甚至混淆想象与现实，随即失去思考与反抗。阿多诺在第二章《文化工业》的第七节中总结出：“文化是一种充满悖论的商品，他完全遵循交换规则，以至于他不再可以交换；文化被盲目的使用，以至于它再也不能使用了”。所以，在《文化工业述要》中阿多诺写到：“文化工业的总体效果是反启蒙”。

3. 短视频的文化工业本质

(一) 短视频的兴起

随着网络的发展，我国迅速地进入了新媒体时代，前几年自媒体发展主要依靠图文，例如微信中的公众号，而近三年，短视频以其少则几秒，多则几分钟的形式迅速蹿红。当下，社会快速发展，人们的生活节奏不断加快，在工作闲暇至于能做的娱乐活动少之又少，这些碎片化的时间为短视频的快速发展提供了得天独厚的条件。在一个短短 15 秒的视频中，我们可以了解到剧情演绎。游戏解说、产品介绍、动画制作以及技术讲解，既可以选择休闲放松，也可以学到很多知识，再加上直播这一形式的开创，宣传带货等多种获取利益方式的增加，更加为短视频的发展推波助澜，引起全民创作短视频热潮，人人可以记录自己身边的美好生活。

(二) 短视频的文化工业本质

1. 同一性的短视频

同一化的出现正是资本家对利益不懈的追求，文化工业将艺术品的内涵抽丝剥离，只留下毫无逻辑与艺术感可言的产品。长此以往，消费者渐渐适应市场也被同一化标准化，每个人所独特的个性与品味在日复一日中被抹杀。当一个短视频引起了热度或者是上了热门，那么随之而来的就一大批竞相模仿内容几乎一样的视频，甚至是改都不改直接拿来翻拍，于是我们就会看大量相同的内容，引起视觉疲劳。短视频平台在掌握个人喜好的大数据后会由系统精确的统计分析出最迎合个人的形式与内容，于是会立刻向消费者推送大量同质化的视频，消费者会不自觉地沉溺其中，被相同的东西无数次的洗脑从而在结束观看后却记不起所看的内容。总之，对于短视频来说，虽然依靠基数足够大的创作者使视频内容丰富，但许多只是单纯的模仿，并不含有真正对消费者有营养的东西，陷入了取悦大众与刺激感官的黑洞，看似大众有着无限选择的自由，但实际上却是自由选择的权利在无限的选择中失去了。

2. 欺骗性的短视频

在短视频以迅雷之势席卷整个市场淘汰掉纸质媒体以及新闻广播等传统媒体时它便会不断肆意妄为的欺骗广大消费者。阿多诺写到：“消费大众是文化工业的附属品” [5]。就像希腊神话中所描写大海中用充满魅力的歌声引诱欺骗水手的海妖一样，短视频用其裹着糖浆的外衣来带给人们短暂的快乐但大众却不知这种快乐是有目的的有意识被人控制住的。

在刷短视频时经常会遇到一些所谓励志类、情感类的视频，一个成功的老板扮演落魄的归乡者，在

没有显露真实身份的情况下，受尽夸张的冷嘲热讽、冷脸相对，可是摇身一变展露身份后变换上了一副傲视众生的姿态，立马对其之前冷嘲热讽、冷脸相对的人还以颜色，许多观看者会觉得刺激与痛快，但这绝对不是真正的正能量、真正的励志，相反，这营造了一种歪风邪气，一个真正成功的人，坎坷的经历会塑造他的心胸、他的气度。他的头脑，让他更有内涵、更低调、更加平易近人。这样的短视频让人们沉浸在自己的幻想中无法自拔，表面上是在享受艺术带给我们的快乐，实则现实中是文化工业控制了我们的自由，通过这种方式欺骗大众来赚取满足自己的利益。

3. 反启蒙的短视频

有这么一个实验，将 30 人分为两组：一组由 15 人组成，他们上网课会有家长监督，每人每天玩两小时游戏，他们的成绩基本没有下滑；另一组每人每天刷两小时短视频，结果他们的成绩出现了明显的下跌，得出结论，我们在看电影、玩游戏、运动时都是需要一个专注的过程，一个学习与思考的过程，而看短视频则不相同，由于其十几秒的形式我们甚至在观看时不用去思考，并且在不知不觉中浪费大量的时间麻木自己的大脑思维，失去对事件的感知力，习惯于通过快速的方式获取信息从而丢失了耐心并且不能将注意力长时间集中在一件事情上。长时间看短视频，让我们的视野受限，格局变窄，而短视频有更具各种算法，用户喜欢什么就推什么，为大众设计了一个信息牢。短视频已经符合上瘾特征其中例如精神毒素，产生依赖等大部分定义，隔断了思考的逻辑联系，扭曲了人类的精神。

短视频因其时常短的表达方式，各种言论只能表达一种观点，而无法将整个事情说清楚，于是就容易被有心人带偏，引导到其他方面。成人在具有成熟的世界观、人生观、价值观的前提下都会受到短视频观点的诱导，更不论三观还处于成长期的少年，过早的接触了短视频，非常容易让一些错误的观点在人生发函的初期打下深深的烙印，为人生之后的成长埋下隐患，短视频是为了娱乐与利益而存在的，纳闷其中很多观点与内容则与会与事实大相径庭，未成年人难免不会将娱乐的内容当真，本该在思想启蒙的阶段接受到错误的引导与教育，这种被支配与控制逐渐会潜移默化的渗透到生活的各个方面与领域最终干扰到整个社会的运行与发展。

4. 从短视频看当代中国大众文化

(一) 丢失内核被外国文化入侵

当代美国是世界上大众文化最为发达的国家，高度发达的大众文化成为美国现代社会的主要标志，并已成为美国文化的主要成分和美国社会的一种主要文化形态。随着美国大众文化的全球传播，美国的“消费主义”生活方式大规模进入发达国家与发展中国家。许多人口众多、文化传统深厚的国家都被或多或少地影响。在中国，说唱、好莱坞电影、体育赛事等都是美国文化入侵的标志，近些年中国传统纪念日的过节氛围完全比不上圣诞节这种外国纪念日，短视频中许多内容都是搬运于外国“油管”网站。美国资产阶级大众文化在其运作的过程中具有明显的商业功利目的，它考虑的是如何获取最大的利润，大众文化与商业利润之间存在着相互影响的关系，大众文化是赚钱的商品，为此它必须迎合大多数人，创造短暂的流行效应，成为取悦大众的“媚俗”“文化”。

(二) 缺乏深度理解

“短视频在文化生活中影响越来越大，似乎是轻而易举地成功制造了大量文化与艺术明星，制造成了各种畅销文化产品，改变了人们的许多习惯与观念”。^[5]当大量的文化被制造出来，良莠不齐便成为不可避免地现象，追逐利益的市场正在是人心变得浮躁，追求速度、感官等的快感让人们的底线与原则一退再退，能够吸引目光的奇异标题背后却是与标题毫不相关甚至背道而驰的文章内容；通过封建迷信、八卦奇闻来赚取流量谋得利益变得习以为常，文化的内涵逐渐丢失以至于庸俗化下流化，以往深藏于文化中对思想与艺术的追求变得飘渺难寻。帕斯卡曾说：“人是一根会思考的芦苇”，既然被赋予了思考

的天性，却又盯着手机屏幕躲避着思维的训练。“人们感到痛苦的不是他们用笑声取代了思考，而是他们不知道自己为什么笑以及为什么不在思考”。[6]短视频的出现帮助文化生活游客不同的发展路线，却也隐藏着致命的陷阱。“在大量的创作内容中缺少力透纸背的经典力作，缺少振聋发聩的文艺高潮，缺少学术创新与文化发现，确实大师式、精神火炬式的文化权威”，[7]全民对于文化的理解浮于表面，缺少了深度的思考。

(三) 娱乐致死的年代

在信息爆炸的时代，人人都在或大或小的屏幕前流连忘返，接收者各种信息，较前人相比，我们扩大的是“视界”，但是“眼界”并没有真正的增长，当前流行的娱乐媒体因数量庞大与精简高效地表达很少给予人思考的时间与多元维度。我们被海量的资讯、眼花缭乱的娱乐内容所围绕，但却总是缺乏能将我们满足的精神食粮。性于暴力，最直接也最有效，总能第一时间抓取观者的眼球。贩卖焦虑、育儿、学习、职场、美容、样式，总有一款适合你，当你忙碌一天想放松一下的时候，这些工业化流水线最廉价却最有效的娱乐方式便等待着你。文化成为了一场滑稽的马戏团表演，其意义被消解，大众并不在意真相，而是真相是否符合他的观念，我们可以看到一切都被娱乐化，人生如戏，戏如人生。创造力与想象力被真实的图片与视频扼杀在它们的摇篮中。

5. 文化工业理论对短视频发展的启示

(一) 坚持艺术性与实际结合

在2020年4月初，也就是疫情在武汉发生后的那段时间，一个纪28分钟的纪录片在朋友圈、热搜和头条横空出世，《生死金银潭》用全景式视角记录武汉定点医院危险区的场景，纪录片创作团队在隔离点昼夜不停的连续拍摄36个日夜，运用大量真实画面并采用白描、冷漠、客观的镜头余元，为全世界传播了武汉金银潭医院在疫情爆发时起最真实的画面，作品并没有可以去营造爱国与煽情场景，却让人不禁潸然泪下。凭借这一作品，创作团队在中国新闻奖评选中获得了短视频专题报道特别奖。一个好的视频绝不是低俗地迎合，也不是刻意的抄袭搬运，更不是粗制烂造，处处显露着工业流水线的廉价感，而是用心为之，换位思考，用普通的视角讲述不普通的故事，方能弘扬时代主旋律，传播正能量，实现作品的名利双收。

(二) 展现优秀本土文化

中国短视频创作者李子柒在2021年2月2日以1410万Youtube订阅量创下了“最多订阅量的Youtube中文频道”的吉尼斯世界纪录。这位中国姑娘用其自己的方式成为主流媒体中“讲好中国故事”的典范，展现出在新的媒介生态背景下跨文化传播在传播形态、传播主体、传播内容等方面的新特点。李子柒的视频多展现中华田园生活的幽静与惬意，自给自足的耕种与收获，从自治阿胶，用采摘的桂花来酿酒、做出传统腊味。自制文房四宝无一不向全世界介绍着中华民族传承五千年年来的智慧结晶与文化魅力。李子柒用自己最真实的一面记录农耕文化的点点滴滴，颇有采菊东篱下悠然见南山的意蕴，因此重新唤醒了现代人的乡土记忆，并且向世界展现了中国劳动人民无穷智慧，拉近了现代文明于传统习俗之间的距离，用实际行动诠释着返璞归真的生活美学，展现本土的优秀文化。中化文明五千年的灿烂优秀传统文化从未走远，我们的文化自信坚定而悠远。

(三) 增强教育引导作用

短视频有丰富的内容，包含了传统精粹、世界万象、基础教育、成长进修、自然科普和社会通识，为培养文理兼备的青少年打开了更广的通路，短视频的表达非常受欢迎，即可以根据自己的爱好选择观看的内容进行自主学习，同时由于可选择的内容广阔可以扩展自己的视野。在闲暇时间合理的利用它作为教育的补充。国家应联合短视频平台共同做好监督与引导，用树立正确价值观、遵纪守法。热爱祖国、

奉献社会的正能量内容来教育青少年以及所有观看者。

6. 结语

短视频的风靡伴随着西方文化思潮的渗透，从阿多诺对大众文化同一性、欺骗性。反启蒙性的批判中我们可以参考当下中国的大众文化该怎样发展，朝什么方向发展，发展什么样的内容。短视频是一把双刃剑，发展的好的能教育引导大众，而发展的不好则是对文化产业发展的毁灭。从不断发掘我国优秀传统文化，不断推陈出新出发拍摄优质短视频，才有利于我国文化工业健康可持续发展，增强我国文化在世界范围内的国际影响力。

参考文献

- [1] 王晓升. 文化工业究竟是如何欺骗大众的?——《启蒙辩证法》中文化工业批判理论再思考[J]. 社会科学家, 2015(11): 14-19.
- [2] 赵勇. 何谓“文化工业”——解读阿多诺的文化工业批判理论[J]. 文艺理论与批评, 2003(1): 29-39.
- [3] 李彦. 理性审视阿多诺的文化工业理论[J]. 社会科学动态, 2022(9): 12-17.
- [4] 关莉丽. 文化工业与审美自治[J]. 兰州学刊, 2006(1): 86-88.
- [5] 王蒙. 大众文化与精英文化[N]. 文汇报, 2010-10-10(005).
- [6] 朱珉迕. 泛化的娱乐, 无关“自由”与“多元” [N]. 解放日报, 2018-09-11(002).
- [7] 张成, 王川, 王一焱. 王蒙: 文艺的泛漫与经典的缺失[N]. 联合日报, 2010-07-07(004).