

大众文化与大众的文化

——浅析法兰克福学派文化工业理论中的非文化性与非大众性

王 锋

(河南工业大学新闻与传播学院,河南郑州 453003)

摘要: 文章以法兰克福学派的文化批判理论为出发点,对大众文化的非文化性和非大众性进行了阐释,认为大众文化的商品化导致了拜物主义的蔓延和艺术氛围的丧失,同时大众文化并不是大众的文化,而是统治阶级进行意识形态控制的工具,具有虚假性和欺骗性,从根本上是反大众的。法兰克福学派的文化批判理论虽然带有明显的精英主义立场,但对理解中国当代的大众文化依然具有现实意义,有必要被重新地审视和考量。

关键词: 大众文化;文化工业;法兰克福;机械复制主义

中图分类号: B089.1;G02

文献标识码: A

文章编号: 1007-5828(2021)15-0222-02

一、文化工业与法兰克福学派

文化工业一词最早由法兰克福学派中的霍克海默和阿尔多诺提出,其基本内涵为:大众文化在现代发达工业社会中以工业生产流程的方式方法进行生产,表现出标准化、齐一化、程式化的特点。至此,文化成了一种商品,可以被交换和买卖,交换价值代替了使用价值,雷同代替了个性,平庸代替了高雅,低俗代替了崇高,每一个体极富有生活情趣的个性特点以及创造性都因顺从这种齐一化模式而变成了泡影,取而代之的是大众媒介极力推崇的样板生活的拷贝,艺术作品被彻底世俗化、均质化、商业化。^[1]

霍克海默和阿尔多诺在《启蒙辩证法》中对:“文化工业”的初次表述是“大众文化”,后为了避免误解改为“文化工业”。文化工业中的“工业”二字是为了强调法兰克福学派所论述的大众文化的非本土性和机械复制性。文化工业并不是通俗意义上的大众文化,前者以一般大众为目标消费群体,在标准化商业化的运作过程中被精心策划的产物,其目的是对一般大众进行精神麻痹并以此牟得经济利益。大众文化则是群众在日常生活中自发形成并流传的文化,并不具有明显的目的性和盈利动机,相比于“文化工业”,“大众文化”更接近于“流行文化”这一概念。

法兰克福学派对于“文化工业”提出既有着独特的时代背景也有着强烈的现实针对性。法兰克福派的代表人物,如霍克海默、阿尔多诺、本雅明等人均出身德国,出于对希特勒统治下的德国集权主义文化的恐惧,霍克海默等人对于美国的资本主义文化一直具有强烈的警惕。从某种程度上说,法兰克福学派对资本主义大众文化的猛烈批判是一种基于创伤后应激障碍之上的语境错位。法兰克福学派忽略了文化工业对于美国一般群众的思想启蒙作用,文化工业在将文化当作商品贩卖的过程中极大地丰富了美国一般群众的精神生活,具有一定的积极意义。

二、大众文化的非文化性批判

1. 文化商品化和资本拜物性

从政治经济学的角度上讲,发达资本主义社会中的文化产品已经脱离了艺术欣赏的范畴,变成以出售交换价值的商品。^[2]法兰克福学派对大众文化非文化性的批判主要切入点

在于将大众文化与高雅艺术相区分,通过论证大众文化不属于高雅艺术的分支这一论点来批判大众文化非文化性。法兰克福学派对于“文化”的定义相当狭窄,在法兰克福学派的学术语言中,“文化”一词基本与“高雅艺术”同意,法兰克福学派所说的高雅艺术主要包括古典音乐和经典美术作品等带有明显贵族精英色彩的审美倾向,而新兴的通俗读物、电影,流行音乐等当今视角下的艺术种类在法兰克福学派的眼中均不能称为“文化”。

法兰克福学派依据马克思的政治经济理论,承认作为文化代表的高雅艺术“通常是一种商品”,和其他商品一样具有交换价值和使用价值。但他们认为文化工业所生产出来的文化产品“仅仅是一种商品”。阿多尔诺认为,艺术作品虽然是一种商品,但其主要价值为使用价值而非交换价值,其主要功能在于满足人们的审美需求带来美的享受。但文化产品却是以交换价值代替使用价值,具有明显的经济利益动机,并且这些文化商品太多粗制滥造没有内涵,这使得文化商品的使用价值大大降低。法兰克福学派认为,人民长期接受文化工业所生产出来的文化产品会丧失对其的抵抗力,成为“单向度的人”。

其次,法兰克福学派认为文化产品的商品化促进了拜物主义的产生。他们认为文化产品在作为产品本身存在的同时也成了受众接触其他文化产品的渠道,就像电影在作为消费品存在的同时也将资本主义社会丰富多彩的物质生活展现在受众眼前,资本家会通过文化产品的消费对受众进行洗脑,引导受众进行物质消费,从而使得受众只关注产品本身的物质形式而不再关注产品的精神内涵。

2. 标准化和艺术氛围的丧失

法兰克福学派认为文化产品的商品性和艺术性是一对刚性矛盾,商品性的增加一定会导致艺术性的丧失,而法兰克福学派对于艺术性的考察标准为非标准化程度和艺术氛围的存在程度。“氛围”这个词由本雅明首先提出,本雅明认为由于艺术品本身的独一无二使得艺术品的周围产生了一种独一无二的氛围,虽然人们可以通过现代机械复制技术复制很多艺术品的摹本,但是这种摹本不论多么逼真,都依然和原作有着一些细微的差距,而正是由于这些差距导致了原作

独一无二的氛围感。在发达资本主义社会中，机械复制技术抹杀了原作和摹本的区别，这也使得艺术品独一无二的氛围也被抹杀了。现代的机械复制技术过于发达，原作与摹本之间的差别虽然存在，但人眼已经无法区别，氛围也就逐渐消失。此外，文化商品根本从一开始就未曾拥有氛围。如果把摄影当作一门艺术来看，一张摄影作品的底片可以洗出无数张完全没有差异的照片，每一张照片都是原作，摹本这个概念都已经不存在了，因此氛围也就不存在了。“氛围”是法兰克福学派判断艺术作品的重要标准，当一个艺术作品失去了其独一无二的氛围感，那么它也就不在是一个艺术作品了。大众文化产品由于其可复制性，氛围这个概念或许从来就没有产生过，因此大众文化产品并不属于艺术产品，当然也就算不得“文化”。

三、大众文化的非大众性批判

1. 大众文化是统治阶级进行意识形态控制的工具

法兰克福学派的理论家认为，大众文化并不是大众的文化，而只是面向大众的文化。大众文化的实质是统治阶级按照一定的意识形态倾向进行文化生产并最终分发给大众的产品，其最基本的目的是维持现存的统治结构。^[3]马克思主义哲学认为，艺术是意识形态的一部分，艺术产品虽然也具有意识形态功能，但是这种功能是隐晦的低效的次要的，而文化工业所生产出来的文化产品则将这种次要隐晦的功能放在了阳光之下，作品内容大肆宣传统治阶级的意识形态观点，并且这种宣传无孔不入，具有半强制性，受众几乎没有选择的空间和余地。其次，法兰克福学派认为，发达资本主义社会中的意识形态是一种谎言，可能统治者自身都不相信他们所塑造出来的美好蓝图，但是一旦这种意识形态通过大众文化以工艺合理性的方式表达出来，那么就具有了很强的隐蔽性，事实上，现在的大众并非没有被控制，只是他们从小身处大众文化所构成的意识形态社会，觉察不到自己被控制了而已。^[4]

2. 大众文化具有虚假性和欺骗性

法兰克福学派认为，大众文化并没有满足大众的真正需求，如果大众以为大众文化满足了他们的需求，那么只是因为他们收到了欺骗。大众文化所满足的他们只是他们的表面需求，给予的只是短暂的和浅层的快乐，而对于大众真正的需求，大众文化从来不予以满足。法兰克福学派所说的“大众的真正需求”是文化所具有的现实批判功能，文化应该源于社会生活而高于社会生活。它应该通过对生活的批判让人民对生活产生反思，从而刷新人民的思想。但大众文化所给予的只是一面镜子，它所呈现的内容只是对现实的复制和模仿，并没有超脱现实的内容。大众文化的这种虚假性使得文化商品失去了批判的力量，受众沉溺于文化商品所营造出来的安逸的幻觉之中，并逐渐失去了反抗这种幻觉的力量。^[5]

阿多尔诺认为，沉溺于文化商品中的人们看似知道了很多事情，但实际上，他们一无所知，因为他们只知道了形式，而不知道内容，只看到了局部，而看不到整体，通过大众文化，他们看似看见了丰富多彩的世界，但是却太过专注于看见本身，丧失了思考的能力。

3. 大众文化使得娱乐消遣成为劳动的继续

大众的生活可以分为劳动时间和娱乐时间两个部分，劳动时间里大众参加劳动，消耗能量获得报酬，娱乐时间里大众进行消费，消耗报酬获得能量。在传统时代，劳动时间和娱乐时间之间并没有那么高的相关度，但是发达资本主义时期，大众文化唤醒了大众对物质生活的渴望，但大众文化唤

醒这些渴望的目的并不是为了满足这些渴望，而是为了否定这些渴望。大众在娱乐时间中通过大众文化看到了物欲横流的消费社会，这些文化产品会告诉你，某某产品是多么的方便，某某股票是如此的划算，大众文化不留余力的激起受众对于未来的憧憬，但是却不为此承担后果。对未来的憧憬无疑需要劳动和金钱来买单，由此，劳动的目的变成了消费，这种消费并不是根据自身实际需要的理性消费，而是由大众文化所勾引起来的冲动消费。娱乐变成了劳动的继续，一方面，大众劳动的目的只是为了满足娱乐时间的消费冲动，另一方面，文化产品的消费过程也只是一个重新积攒劳动力的过程，为的是更有效的工作。大众在对消费品的无限追求中失去了真正的自由和自我，在追求消费幸福的同时失去了精神生活。法兰克福学派对于文化工业的极端批判带有明显的精英主义立场，霍克海默认为，基于资本主义与法西斯主义之间具有总体性的共同特点，垄断资本主义是一种新型的法西斯主义，因此需要极端批判。^[6]而当时的美国资本主义仍处于起步阶段，远未发展为垄断资本主义，对资本主义发展阶段的认识不足以及自身经历的局限使得法兰克福学派的文化批判理论忽略了大众文化的艺术性和文化成就，以批判法西斯主义的态度批判发达资本主义的社会及其文化而造成语境错位和对象误置，持一种保守主义的精英文化立场。

四、结语

法兰克福学派的批判理论曾在20世纪80年代被引入我国，后因不符合国情而被迅速抛弃，而如今的大众文化已经在中国生长了40余年，一些顽疾和弊病也已经逐渐出现。^[7]随着我国市场化进程的进一步加剧，大众文化的消极意义会被进一步放大。而法兰克福学派的文化批判理论虽然不能用来评价中国的大众文化总体，但可以用来评价其中的个别现象和部分现象。同时，我国近二十年对学界对于大众文化总体上依然是以积极褒扬为主，但是在大众文化的负面意义将进一步凸显的未来，法兰克福学派的文化批判理论依然对我国的大众文化建设具有重要的指导意义。

参考文献：

- [1]张娜婧.法兰克福学派的批判理论[J].文化产业,2021(11):154-155.
- [2]韩红艳.批判与革命:马克思主义文化理论的内涵[D].复旦大学,2012.
- [3]邵培仁,李梁.媒介即意识形态——论法兰克福学派的媒介控制思想[J].浙江大学学报(人文社会科学版),2001(01):99-106.
- [4]叶晓璐.法兰克福学派的意识形态批判及其存在论视域[D].复旦大学,2005.
- [5]曾一果.批判理论、文化工业与媒体发展——从法兰克福学派到今日批判理论[J].新闻与传播研究,2016,23(01):26-40+126.
- [6]陈士部.法兰克福学派批判理论的历史逻辑[D].扬州大学,2008.
- [7]萧俊明.关于法兰克福学派批判理论的重新思考[J].国外社会科学,2001(01):38-43.

作者简介：

王锋(1999.05-),男,汉族,河南郑州人,河南工业大学新闻与传播学院2020年硕士在读,研究方向:新媒体受众研究。