

论法兰克福学派大众文化批判理论的批判维度

于婷婷

(山东大学马克思主义学院,山东 济南 250100)

摘要:法兰克福学派是大众文化研究史上的一个里程碑,其大众文化批判理论更是当今大众文化研究需要汲取的重要话语资源。法兰克福学派成员针对晚期资本主义文化工业的发展所导致的异化社会下人们的焦虑与虚无进行了文化层面上的剖析,从政治经济学、美学、意识形态学的维度展开了对大众文化的批判,体现出一种浓烈的人文关怀。

关键词:法兰克福学派;大众文化批判理论;批判维度

中图分类号:B516.59

文献标识码:A

文章编号:1008-7540(2013)-06-0134-02

马克思在《1844年经济学哲学手稿》中分析了具体劳动产品对人的异己统治而引发的政治、经济困境。随着时代的发展,资本主义经济形态所造成的人的异化状态不仅没有改变,反而以新的形式扭曲着人类的生活世界。法兰克福学派生活的晚期资本主义社会,价值理性被逼向边缘,工具理性占据了社会舞台的中心位置,成为人们追逐的终极目标。工具理性的霸权地位促成了文化与工具的联姻,文化成为工具的附庸。“不仅传统的政治力量与经济因素作为外在的统治力量而存在,原本最具创造性的文化(艺术)也走向了异化”,“文化、艺术不再是个性、创造性的确证,而是“异化为对社会和个人实施软性操纵的‘温柔肃杀’的权力话语”。^[1]法兰克福学派成员以哲学家独有的敏锐眼光将资本主义社会繁荣表象下异化所造成的人的焦虑、迷茫、空虚、压抑的状态挖掘出来,其大众文化批判理论对大众文化本质与负面效应的穿透性批判更是成为永恒的经典。

一、对大众文化政治经济学维度的批判

法兰克福派成员普遍认为,文化工业的显著特征是它使大众文化具有商品化的特征,使文化产品的生产与消费服从市场机制与价值规则,被纳入市场交换的轨道。法兰克福学派对大众文化商品属性的分析本源于马克思的商品理论以及卢卡奇的物化理论。马克思指出,资本主义社会是一个商品至上的社会,商品交换所带来的巨大利益使得人们过分关注商品的交换价值,而生产者通过对象化的劳动所创造的使用价值则被忽视。产品与人的关系被泯灭,人们对商品的膜拜使整个社会呈现出一种拜物主义倾向。卢卡奇的物化理论继承了马克思的这一观点,甚至他进一步指出,交换原则不只存在于物物交换中。在资本主义社会,人也成为商品,交换原则的触角同样伸向了人与人的关系,成为控制社会的普遍原则。法兰克福学派吸收了马克思与卢卡奇的上述观

点,并且将这种批判拓展到文化领域。他们认为,在文化领域中也存在着交换原则与拜物主义的绝对权威,第一次明确提出了一个观点,即在晚期资本主义社会,在这样一个大众文化时代,文化产品成为了“彻头彻尾的商品”。霍克海默和阿多诺明确指出了大众文化的商品化特征以及文化艺术已成为商业囚徒的事实,“艺术今天明确地承认自己完全具有商品的性质,这并不是什么新奇的事。但是艺术发誓否认自己的独立自主性,反以自己变为消费品而自豪,这却是令人惊奇的现象。”^[2]

大众文化的商品化特征与科学技术的发展密不可分,科技理性所提供的技术前提,保证了大众文化以一种产业化的方式生产和以市场的形式销售。现代科学技术特别是现代大众传播媒介与文化产品结合最为典型的体现是艺术与广告的结合,文化工业已成为一种广告,这是其商品化特征最有力的证明。霍克海默和阿多诺指出,文化用品已经与广告融合在一起,“人们要明确地生活,就不能脱离整个文化工业,为了克服消费者饱食终日无所事事和麻木不仁漠不关心的精神状态,就必须生产出大量的文化用品。从文化用品本身来说,它们也是需求大量生产的。广告宣传是使文化用品长生不老的灵丹妙药。”^[3]文化工业产品与广告的融合充分说明了大众文化在现代商业社会中彻底的商业性,说明大众文化产品彻底的商品属性。大众文化的商品化特征使得文化工业生产的产品成为纯粹赚钱的工具。内在的贪婪性与外在的竞争压力刺激着文化产品的生产者追逐利润的欲望,文化艺术作品本身的审美价值不再是评判其艺术性高低的标准,作品的可销售和可交换的程度成为新的标尺,价值的实现则以投资的效果为尺度。对最大交换价值赤裸裸的追逐使得利润第一甚至唯一的原则控制了所有的大众文化生产。

二、对大众文化美学维度的批判

作者简介:于婷婷(1989-),女,山东济南人,山东大学马克思主义学院研究生,研究方向:思想政治教育。

法兰克福学派理论家们认为,大众文化的商品属性不仅使文化产品沦为赚钱的工具,造成文化领域拜物主义的蔓延,而且这种商品化的趋势以及艺术作品的标准化、齐一化生产

使文化艺术丧失了其本质的规定性,艺术的创造性与人们的个性在这一过程中消失殆尽。文化艺术的本真应该是人的个性与创造性的确证,真正的文化艺术应是与现实保持一定距离的。正是这种距离的存在使得文化对现实的批判与反思成为可能。文化的非实际性存在以及对现实物质性、商品性生活的疏离使其站在了甄别与审视现实的制高点上,成为文化保持批判性与否定性的根本原因。但是,现代科学技术的发展使得文化产品的批量化生产与大规模复制成为可能。“一切文化都是相似的。电影、收音机、书报杂志等是一个系统。每一个领域都是独立的,但是所有的领域又是相互联系的……在垄断下所有的群众文化都是一致的,它们的结构都是由工厂生产出来的框架结构,这一点已经开始明显的表现出来。”^[9]由于以科学技术为依托的文化工业具有批量生产、无限复制的特征,所以大众文化产品的标准化与齐一化成为必然结果。

霍克海默和阿多诺认为,在文化工业中,不论是艺术作品还是这些产品的生产者与消费者都普遍存在着“个性的虚假”。“文化工业中,个性之所以是虚假的,不仅是由于文化工业生产方式的标准化,个人只有当自己与普遍的社会一致时,他才能容忍个性处于虚幻的这种处境。”^[10]由于大众文化具有了商品属性,被纳入了市场轨道,它的生产也必然受到价值规律的统摄。商品生产者为了使大众愿意消费这种本质上雷同的文化产品,必然要使用看似不同的装潢去包装它们。大众文化产品看似个性,实则是为了掩盖其标准化、齐一化的内在特质。“这种外在的新奇和艳丽改变不了内在的苍白和虚无,貌似个性十足的外表下是模式的单调和个性的逃避。”^[11]

三、对大众文化意识形态学维度的批判

霍克海默和阿多诺指出,大众文化是通过娱乐活动对民众进行欺骗的。“这些娱乐活动,就像宗教界经常说教的心理学的影片和妇女连载小说所喋喋不休讨论的,进行装腔作势的空谈,以便能够更牢固的在生活中支配人们的活动。”^[12]文化工业依托先进的科学技术充分发挥自己强大的生产能力,流水线上下来的琳琅满目的文化产品使人们淹没在商品的海洋中。“文化工业的每一个运动,都不可避免地使人们再现为整个社会所需要塑造出来的那种样子。”^[13]文化工业制造出各种各样的产品供人们消费,人们在名目众多的产品面前看似拥有选择权,但实际上这种选择权却是被动的,已经被规定好的,这种选择暗含着一种剥夺个人自主意识的压抑性的操纵逻辑。霍克海默和阿多诺认为,“虽然消费者认为文化工业可以满足他的一切需求,但是从另外方面来看,他永远只是被规定的需求的消费者,只是文化工业的对象。”^[14]人们满足于消费文化产品所带来的快感,沉溺于这种无思想的享乐,但是“这种享乐是无能为力为基础的”,阶级反抗意识与改变现存秩序的想法在这种享乐中被抛诸脑后。技术时代资本主义改变了传统的暴力统治方式,大众文化成为新的统治形式,由“铁手”变成了“丝绒手套”。这种软暴力的操纵如温水煮青蛙一般,从意识形态领域对民众实行更隐秘的控制。“在此情况下,否定与反叛的缺席使人们更加机械和异化,在大众文化娱乐催眠的安魂曲中,逐步遗忘了反

抗,习惯于对现存的顺从认同。”^[15]

大众文化的欺骗性与操纵性、对民众非暴力的强制性,对于维持现存社会秩序的稳定具有重要作用。它对人的意识形态的操纵同法西斯强权统治之下的暴力压迫实质是一样的,甚至这种隐秘的思想控制更受资本主义统治阶级的青睐。大众文化通过对人的单向度影响来按照自己的尺度调节、操纵和塑造民众的思想意识。人们对现存资本主义制度的反抗仅表现为不满与愤懑情绪的宣泄,这种苍白无力的抗争却“不能从根本上威胁资本主义制度”。在大众文化主导的时代,人们对现存社会秩序“反抗无效”的现象充分说明了在看似自由、民主的发达资本主义工业文明下社会异化的严重性。

从上面我们可以看出,法兰克福学派无论是从政治经济学角度批判了大众文化的商品化特征,从美学角度批判了其标准化、齐一化与伪个性化特征,还是从意识形态方面批判了大众文化的欺骗性、操纵性与强制性特征,这些表征的背后都有一个深层次的根源,它就是资本主义工业文明最引以为傲的成就——科学技术的发展。霍克海默和阿多诺提出“文化工业”的概念以取代“大众文化”的范畴,正是看到了由于科学技术的发展,由于人们对工具理性、技术理性的追捧,文化已异化为一种工业生产体系,成为“社会水泥”,文化工业的产生是工具理性对精神生活侵蚀的结果。

法兰克福学派对晚期资本主义社会文化展开的政治经济学、美学以及心理学等多重维度的批判无疑是深刻的,其大众文化批判理论更是20世纪西方马克思主义阵营中文化批评理论的典范。这一理论是对在工具理性挟裹下,在工具理性的要求和规范下生活的现代人的生存困境的有力回应,是法兰克福学派成员企图通过这种文化批判来唤醒沉醉的人们,来维护被工具理性蚕食的社会。他们立足于马克思主义政治经济学的批判立场并拓宽了其批判路径,对资本主义社会大众文化批判深入到美学及心理学领域。但同时我们也应该看到,法兰克福学派的大众文化批判理论也有其局限性。其理论专注于对大众文化的批判,力图从文化角度阐释发达资本主义社会繁荣表象下的异化现象,但是它并未做到在“破中求立”,可以说是“批判有余,建构不足”。法兰克福学派“常常强烈的表达一种对于媒体及大众文化产品的激烈的否定性意见。这就给那种经验论的有关媒体及‘大众文化’乃是一种低俗的文化产品的论点找到某种合法性。但这种‘批判’难以进行具体的、深入的读解和分析。因之他对于媒体的贬抑本身,只能是对旧的话语框架的捍卫,而不是对一种新的机构、新的要求和新的理论的回应与对应。因之它依然只能加剧‘阐释’本身的焦虑与危机。”因此,从当前中国大众文化的发展状况看来,法兰克福学派的大众文化批判理论对我们认清大众文化的负面效应有一定的启示。

参考文献:

- [1] 李小娟. 法兰克福学派大众文化批判理论[J]. 北方论丛, 2001
- [2] 于文秀. 经典大众文化批判理论评析[J]. 学术界, 2003(4).
- [3] 霍克海默, 阿多诺. 启蒙辩证法 [M]. 重庆: 重庆出版社, 1990, 148, 152-153, 112-113, 145, 135, 113-114, 140
- [4] 尤成生. 流行的代价—法兰克福学派大众文化批判理论研究[M]. 济南: 山东大学出版社, 2006: 82
- [5] 张颐武. 文化研究与大众传播[J]. 现代传播, 1996(2)

编辑: 冯惟繁