

## 法兰克福学派对发达资本主义大众文化的批判

尤战生

(山东大学, 山东 济南 250100)

**【摘要】**法兰克福学派认为,发达资本主义社会中的大众文化已经丧失了艺术应有的真实性和认识功能。现代大众文化虽然有着极其逼真的外表,但批判性、超越性维度的丧失决定了其本质的虚假。本质虚假的大众文化不具有艺术的认识功能,而且还在真实的外表下实施对大众的欺骗,从而成为意识形态的工具,成为社会统治的帮凶。

**【关键词】**虚假性;欺骗功能;大众文化;法兰克福学派

**【中图分类号】**B089.1

**【文献标识码】**A

**【文章编号】**1002-3909(2003)03-0120-03

从表面上看,现代大众文化确实向大众提供了以前的艺术形式无法比拟的真实性。如现代摄影技术使电影和电视在图像上具有妙肖原物的逼真性,包括细节上的一览无余。现代录音技术使无线电和有声电影、电视剧提供的声音的逼真性也足以迷惑大众的听力。所以,在发达资本主义时代的文化工业中,几乎没有什么东西不能被再现出来,大众文化产品能够把社会生活的图画巨细无遗地展现在大众面前,比如“在云端飞翔的飞机的最时髦的照片,移动的机器的灿烂的灯光,经过仔细挑选的普通人的长满皱纹的额头”<sup>[1](P54)</sup>等。大众文化的这种逼真性使它已经大大超越了传统文化艺术的势力,并在人们文化娱乐生活中占据着绝对统治的地位。

真实的东西不一定非得有逼真的外表,而极其逼真的外表之下却往往掩藏着虚假的本质。法兰克福学派认为,大众文化就是这样,它的逼真的外表之下掩藏的是本质的虚假,其原因在于现代大众文化已经丧失了对社会生活的批判与超越。阿多尔诺指出,文化存在从根本上说是一种非实际的存在,是一种幻象,因而文化应该是远离物质生活的。文化与现实生活的距离使其有了对现实生活进行批判和反思的空间,文化的非实际性存在使其获得了甄别现实真实的立足点,文化与现实物质性、商品性生活的疏离使其具有了审视现实的制高点,使文化对现实的超越成为可能。所以说,一方面,文化虽然是远离现实的东西,但它决不孤立于现实,而是介入到对实际生活的指导中,不管这距离有多远、中介有多少<sup>[2](P109)</sup>。另一方面,文化对现实的介入和指导也

正在于它与现实的距离、疏隔与中介。如果文化与现实的距离消失了,文化是否还有批判反思现实的立足点?如果文化与现实的中介没有了,文化又如何能获得不同于现实真实的内在本质真实?而现代大众文化无疑太真实了,太真实却往往带来本质的非真实。“大众文化和事实相比是如此真实,它吸取了真实的内容并将自身完全耗尽于物质方面,但它存留下来的也只是作为物质的自身。”<sup>[1](P56)</sup> 霍克海默和阿多尔诺的这段话表明,现代大众文化完全致力于物质的真实,它和现实生活之间已经没有距离,所以它不再具有高于现实的精神性和超越性,而变成了纯粹的物质、商品了。阿多尔诺认为,美学的真理在于艺术对现实虚假的揭露和批判,当大众文化丧失了对现实的反思和否定而仅仅成为现实的复制品时,其艺术真实性也就丧失了。

丧失了艺术真实性的大众文化追求物理的真实和细节的真实。法兰克福学派的理论家认为,对物理真实和细节真实的追求反映出现代大众文化“信息化”的特征。信息化就是注重细节不顾总体,注重表象不顾本质,注重事实不问原因。信息化的大众文化虽然不断地向大众提供大量的信息,告诉大众生活中发生的许许多多的真实事情,但它并不告知大众他们的真实生存境遇,也不对异化的社会现实做出反思,因而信息化的大众文化在客观、真实的表象下面掩盖的是歪曲和虚假。

法兰克福学派认为,信息化的大众文化除了能满足大众的好奇心外,并不具有真正的认识功能。阿多尔诺指出,好奇就是发达资本主义社会中大众

接触文化工业产品的方式。大众在好奇心的驱使下,对这个世界发生的许多新鲜事,无论大小,只要是新奇的,都感兴趣,都想知道。作为“公共的秘密的总体”的大众文化无疑为大众的好奇心提供了用武之地。当人们乘地铁上班时,一份报纸可以帮他们打发一段无聊的乘车时间。当人们吃饭时,电视上的画面让他们的眼睛有个停留和专注的地方。他们不求什么高雅的艺术性,也不想对什么事情做出多么深刻的思考和评判,他们只是需要有些新奇的东西能引起自己的注意,需要有些东西在繁忙的工作之余能给自己带来消遣,让自己知道这个世界上有什么事情在发生,使自己与生活的这个世界保持沟通和同步,使这个世界对自己来说不再显得陌生。可大众文化产品真的能带给人们真实的信息吗?好奇心真的能让大众对这个世界有真正的理解和认识吗?恐怕不会。阿多尔诺指出:“好奇心把世界转变为客体,而非客观的:它不关心什么被知道,而只关心知道本身,只关心持有,关心作为拥有的知道。”<sup>[1](P74)</sup>好奇心的满足只是让人们知道了一些事情在发生,但他们不知道到底为什么发生,他们当然更不知道还有哪些事情是他们不知道的,是大众文化没告诉他们也不愿告诉他们的。因而,只有好奇心而缺乏反思的大众对这个世界还是茫然的,这个世界通过大众文化产品虽然呈现为他们的客体,但从来不是以客观面目呈现于他们面前的。大众文化向大众提供的信息可能是巨细无遗的,但惟独没有向他们提供残酷生活的真实画面,大众的好奇心也可能是无所不关注的,但社会对他们控制和欺骗的事实却无疑在他们的关注视野之外。由此可见,在法兰克福学派看来,大众文化在本质上是虚假的,它的真正社会功能只能是对大众的欺骗和蒙蔽。

阿多尔诺认为,这种外表真实而本质虚假的大众文化极具欺骗性,因而它常常被用作欺骗和迷惑大众的意识形态工具。外表的真实使欺骗成为可能,而本质的虚假才是欺骗的目的。电影的真实画面让观众认为电影就是外面大街上发生的情况的继续,而外面的世界也不过是人们在电影中看到的情况的延长。电影在给了观众一个真实的外表的同时,也抑制了他们的想象力,弱化了他们的思维,使他们以电影中看到的東西来衡量现实,从而丧失了对现实的清醒认识和批判意识。这就是电影本质的虚假性及欺骗性。法兰克福学派认为,大众文化的欺骗功能主要表现在以下三个方面:

第一,通过取消文化与现实的距离来弱化大众

的想象力,从而使他们丧失判别真伪的能力,并逐渐放弃鉴别真伪的习惯。欺骗的成功实施不仅在于欺骗者手段的高明,而且更在于被骗者想象力和思想力的贫弱。文化工业要想达到欺骗大众的目的,就必须首先造成这样的大众。我们看到,电影,特别是有声电影为大众提供了外表上极其真实细腻的现实生活场景,但同时,这种逼真的画面和声音吸引住了观众的全部幻觉和思想,使观众的想象能力逐渐萎缩。面对如此真实的画面,观众不需要像读小说那样在脑海中建构出幻象,一切都出现在屏幕上,甚至一切细微的部分和细节,观众在观看的过程中想象能力受到这种“真实”艺术的严重抑制。另外,影视作品都是稍纵即逝的,每一个画面都一闪而过,根本没有给观众留出想象和思考的时间,观众只能被屏幕上的画面牵引着往下看,所以,大众观看电影电视是非常被动的,传统上欣赏艺术品所需要的主动创造性在这里完全用不上。当大众日复一日地观看电影电视时,他们的想象能力和创造能力就被慢慢消耗掉了。他们想象不出一种对立和超越于现实境况的生存方式,以为现实的就是合理的,并且是最好的,他们不习惯反思文化产品向他们提供的信息的真伪问题,以为屏幕上和照片中出现的都是真实的,是已经发生或正在发生的。当大众对文化工业产品中提供的东西不加质疑时,大众文化就很容易在真实的幌子下对他们实施欺骗了。

第二,通过真实的外表提供虚假的信息。当大众以好奇心来触知大众文化产品提供的信息时,却没有觉察到这些信息有可能是虚假的。阿多尔诺曾经指出:“先前作为最恶劣的新闻记者特权的轻率已经成为最基本的官方文化的一部分。”<sup>[1](P71)</sup>发达资本主义社会从来就没有放弃对于文化的控制与引导,任何有害于政治统治和人的工业集团利益的文化产品都几乎不能见诸大众传播媒体。不仅如此,为了维护政治控制和经济上的利益,官方和控制文化工业的大财团还会伪造一些东西让大众信以为真。面对那么真实的画面,面对那么逼真的声音,谁会认为那是假的呢?现代技术造成的大众文化产品的逼真性为统治者欺骗大众提供了方便。

虽然有的文化产品向大众提供的画面和故事是真实的,但其中透露的信息仍然有可能是虚假的、带有欺骗性的。一种情况是文化产品利用的场景和事件都是真实的,但组合起来却是带有意识形态倾向的。阿多尔诺认为,正如一个人保持沉默比大声喧哗不是说得少了、而是说得多了一样,电影经过蒙太

奇的叠加和制作后,其看似客观的外表掩盖着非客观的本质,并无声地进行意识形态的欺骗。另一种情况是文化产品中反映的事件本身可能是真实的,但这种事件在现实生活中只是偶然发生的,不带有典型性和普遍性,而文化工业产品却反复大肆宣传,从而使大众误以为是普遍性的,这种宣扬同样是欺骗性的。比如,《启蒙辩证法》指出,在现代的电影电视中,经常重复这样的故事:一个女统计员因为偶然因素成为电影女明星,或者一个女速记打字员因为偶然和地方上的大人物来往而在某杂志举办的娱乐活动中获胜。类似的事情也出现在传记文学中。洛文塔尔认为,在传记文学中,对那些明星和英雄来说,“成功已变成偶然的和非理性的事件”<sup>[3](P127)</sup>。这类故事暗示的信息是,明星本来和大众一样普通平凡,是偶然的因素改变了他们的命运,所以,大众如果哪天偶然幸运的话,也会像这些人物一样成为明星。宣扬这样故事的文化产品把人的成功和幸福归因于偶然因素,从而使处境悲惨的人们产生虚假的幻想,给他们以虚幻的抚慰。这显然是带有欺骗性的,因为在现实生活中很少有人是因为偶然因素而成功的,大众文化把这些不具有典型性因而不具有本质真实性的事情作为普遍的和真实的来宣扬,其实就是对大众的欺骗。

第三,大众文化的欺骗性还在于在语言上造成一种与大众的亲切实感。洛文塔尔在分析传记文学的语言风格时指出,传记文学等文化工业产品的语言表现出一种“特别为了你”的特点<sup>[3](P133-134)</sup>。马尔库塞同意洛文塔尔的这一论断,他列举了许多大众传播中此类语言的例子,如“你的”国会议员,“你的”公路,“你的”满意的药店,“你的”报纸,“带给你”、“邀请你”等等<sup>[4](P78)</sup>。这种语言风格取消了社会机构、文化工业与一般大众的距离,从而对大众形成欺骗。其实在美国还真有一首歌名为“特别为了你”的流行歌曲,歌曲这样唱道:“月亮为了谁,特别为了你/六月为了谁,特别为了你”。阿多尔诺早在20世纪30年代写的一篇短文中就分析了这首歌,并指出其歌词显而易见的谎言性质。<sup>[5](P117)</sup>

综合上面几点,法兰克福学派认为,大众文化在真实的外表之下对大众实施的是一种实质的欺骗,因而,大众文化并非大众的文化或为了大众的文化,

它是自上而下强加给大众的,它真正代表的是政治统治者和经济统治者的利益和趣味,它是欺骗和奴化大众的工具,是社会统治的帮凶。在法兰克福学派看来,作为统治工具的大众文化不仅是虚假的,而且还是受控制的、有强制性的,其功能也不仅限于欺骗,同时它还有道德说教、驯化大众多功能,它的最终目的就是肯定既定社会秩序,为不合理的社会现状进行辩护。笔者认为,在法兰克福学派论及的大众文化的种种性质和功能之中,虚假性和欺骗功能居于首要位置,因为受控性、强制性、肯定性都可看作是虚假性的表现,而欺骗功能则是其他功能实施的前提。大众文化只有对大众成功施行了欺骗,道德说教、思想驯化、为社会辩护等功能才能潜移默化地得到施行。

法兰克福学派对发达资本主义社会中大众文化的虚假性和欺骗功能的揭露和批判是非常深刻的,其巨大的理论贡献不容抹煞,但同时必须指出的是,该学派的理论也有极大的片面性。该学派完全否认了发达资本主义社会中大众文化的认识功能和启蒙功能。我们今天应当以尽量客观的态度,对该学派的大众文化理论作出公正的评价。

#### 参考文献:

- [1] ADORNO. The schema of mass culture [A]. J. M. BERNSTEIN. The culture industry: selected essays on mass culture [C]. London: Routledge, 1991.
- [2] ADORNO. Culture and administration [A]. J. M. BERNSTEIN. The culture industry: selected essays on mass culture [C]. London: Routledge, 1991.
- [3] LEO LOWENTHAL. Literature, Popular culture, and Society [M]. California: Pacific Books, Publishers, 1968.
- [4] [美]赫伯特·马尔库塞.单向度的人——发达工业社会意识形态研究[M].张峰,吕世平译.重庆:重庆出版社, 1988.
- [5] 杨小溪.否定的美学——法兰克福学派的文艺理论和文化批评[M].上海:上海三联书店,1999.

作者简介:尤战生(1973—),男,山东临沂人,文学博士,山东大学文学与新闻传播学院讲师。

责任编辑:杨亚利