

论法兰克福学派大众文化批判理论的旨归

汪明峰

(辽宁师范大学 辽宁 大连 116029)

【内容摘要】法兰克福学派的大众文化批判理论主要是对大众文化的商品性、技术性和人对意识形态操控性等方面进行了批判,为认识和批判西方大众文化提供了一种新的视角,通过深入分析大众文化批判理论内涵、意义和不足,结合我国大众文化发展的实践,为新时代中国大众文化的发展和建设提供理论参考和启示。

【关键词】法兰克福学派 批判理论 大众文化

中图分类号: B089.1

文献标识码: A

文章编号: 1007-9106(2020)04-0038-05

大众文化批判是法兰克福学派批判理论的重要组成部分,大众文化批判思潮主要是对大众文化的商品化、科学技术性及意识形态性等方面进行批判,主张用多学科的知识对社会经济、政治等领域进行跨学科研究,把人的自由和幸福作为自身的责任,从而揭示资本主义社会的文明、文化的不合理性,形成了自身的文化批判理论。

一、法兰克福学派大众文化批判的立场、性质和作用

(一)批判大众文化的“肯定文化”立场

法兰克福学派大众文化批判理论起源于德国法西斯主义通过大众文化等形式对人民的意识形态进行操控,之后结合当时美国的大众文化危机和社会个体的生存状态,对大众文化展开了研究和批判。法兰克福学派面对的是20世纪30年代—60年代美国大众文化,法兰克福学派理论视域中的“大众文化”即是“文化工业”,以对资本主义文化工业的批判做为批判主线。在法兰克福学派看来,与人生存状况密切相连的大众文化已经衰退为仅仅是获得经济效益的工具,文化的精神内质和文化品格已经被忽视了,在此基础上,“资

本主义通过满足大众的某些需求而消解了人们心底的更为基本的愿望。在此,文化工业阻碍了政治理想的生发”^{[1](P79)},法兰克福学派结合人的现实生存状况,对大众文化进行了系统性的理论批判。

法兰克福学派通过“肯定文化”引出大众文化批判,“所谓肯定文化是指资产阶级时代按其本身的历程发展到一定阶段产生的文化。”^{[2](P120)}在他们看来,肯定文化是一种社会秩序的反应,基本功能是为现实辩护,引导人们同现存的秩序相协调,使人们在幻想中得到满足。早期自由资本主义时代肯定文化有积极的一面,到了发达资本主义阶段肯定文化异化为单面文化,成为统治和奴役的工具。20世纪40年代,法兰克福学派研究从肯定文化转向大众文化的批判中来。法兰克福学派认为现代社会单向度性是大众文化主导的结果,大众文化对人进行压抑,工业现代化产生的文化产品阻碍着人们生存的空间。如果大众想要从这种社会束缚中解放出来,必须脱离文化工业产品的影响,并对其进行批判。批判的基本立场是:从经济角度看,大众文化是彻底的商品;从技术理性看,技术消除了文化的否定性;从意识形态角度看,可

* 来稿日期:2019-10-09

* 作者简介:汪明峰(1981—),男,辽宁师范大学马克思主义学院博士,主要从事西方马克思主义研究。

以发现,大众文化在一定层面上已经成为了意识形态的工具,通过思想意识控制人民大众。

(二)大众文化的商品性批判

法兰克福学派认为在发达资本主义社会中,资本统治社会的一切领域,大众文化已经失去了文化的本质属性,显示出来的是商品的特性,市场规律和交换原则是其普遍法则。大众文化的产生就是资本统治文化的结果,资本不断追逐利润的本性将包括精神文化领域在内的一切领域囊括到商品生产和消费的过程中。法兰克福学派并不否认文化的商品化已经有很长的历史阶段,发达资本主义社会的文化产品成了生产线上的商品,它不再是有个性的自由创造物品了。法兰克福学派的主要代表人物对大众文化的商品性质都有所阐释,阿多尔诺说,“说起文化工业的典型文化产品时,我们不仅说他们也是商品,他们是彻头彻尾的商品”。马尔库塞认为“在这个世界上,艺术作品,同反艺术一样,即成为交换价值,成为商品”^{[3](P92)},弗洛姆认为“娱乐也像任何东西一样,消费者被驱使着去购买娱乐。娱乐价值,视在市场上受欢迎程度而定”^{[4](P181)}。

大众文化的文化工业的商品性主要表现在以下几个方面:第一,文化工业产品生产是在现代化生产的过程中,复制生产如音乐、电影等文化产品,为了大众消费而生产的商品,致使文化成为以盈利为目的的工业产业。第二,大众文化的商品性表现在大众消费方面,“在消费社会中,商品消费同时就是意识形态消费”^{[5](P112)},所有文化产品的性质与实体的物品一样,只是人们消费的一件商品,没有原来的高雅性。第三,文化工业的商品性还表现在对其他文化事业的渗透方面,“整个世界都要通过文化工业的过滤”^{[6](P113)},每一个社会中的个体都被各种文化产品围绕着,大众文化产业无所不在,触及文化事业的方方面面。第四,文化工业产品的商品性是它已经成为一种广告形式。法兰克福学派认为文化工业产品和广告之间的关系是非常复杂而又紧密的,文化产品本身就是一种广告,同时文化产品和广告又相互融合,广告成为了大众文化产品,还有就是文化产品也需要广告来对其进行推广和宣传,这样才能有更多的文化产品被生产被销售,才能够获得更多的利润,这种关系

说明了大众文化产品的商品性,大众文化在社会中的商业性。

法兰克福学派对大众文化的商品性批判是具有理论开创性意义的,从商品角度出发,研究大众文化的本质和特征,大众文化既然成为了商品,具有了商品的特性,那就自然有了消费性的特征,大众文化最终成为了消费者购买的产品,适应民众消费的喜好,适应市场的变化,“这种规定不是通过自然结构,而是通过符号做出的,因为人们一旦进行反思,这种结构就瓦解掉了”^{[6](P124)}。大众文化就是要尽一切办法让大众高兴,只有迎合大众的需求才能实现商品的销售。

(三)大众文化的意识形态性批判

1.大众文化的意识形态遮蔽性批判

法兰克福学派认为意识形态包含两个方面:一方面是指它本身具有的虚假的幻想的意识;另一方面指的是它代表的统治阶级的社会意识。认为大众文化是统治阶级意识形态的工具,本身就是虚假的、不真实的,有欺骗性,这种虚假性来源于它的阶级属性和政治倾向性。通过虚假欺骗大众、通过娱乐活动麻痹大众,大众文化成为操纵人们日常生活和内心的“社会水泥”。与传统意识形态相比,大众文化作为意识形态表现得更为隐蔽,因为它通过文化产品潜移默化地把统治阶级的意识变成了大众的生活方式。

阿多尔诺和霍克海默用文化工业取代大众文化就是认为文化工业是统治阶级意识形态的工具,文化工业能够发展,本质上就是因为它在某些方面能够和意识形态的某些方面相切合,能够满足统治阶级的对大众的欺骗功能,“关于文化的身份,它是一个压抑个体的统治者的帮凶”^{[7](P62)}。阿多尔诺认为,文化工业产品外表的真实性和本质的虚假性使大众文化的欺骗成为可能,这种欺骗通过大众文化的真实性使大众失去自身的辨别能力,慢慢地放弃辨别是否被欺骗的能力。弗洛姆认为,意识形态是真理还是谎言,取决于人们对它的态度,如果你相信它,那它就是真理,不相信它,那就是谎言,即使你相信了它,其实意识形态背后也隐藏了统治阶级真实政治动机,其实它也还是谎言。

大众文化通过这种真实的外表提供虚假的让人迷惑的信息,而不让大众有所察觉。大众文化还

会在语言上制造出一种貌似与广大人民亲切的感觉,这也不过是为了对民众进行欺骗,真实的情况却是普通民众不可能知道的那些能够真正反映大众真实生活情况和社会真实本质的内容,因为大众文化本身是被控制的。“在工业文明的最发达地区,社会控制已被潜化到这样的地步,甚至连个人的抗议在根本上也受到影响”^{[8](P8)},文化工业掌握在统治阶级的手中,掌握在经济上处于统治地位的阶级手中,一切影响到统治阶级利益的文化产业都是不允许的。

2.大众文化意识形态的科学技术性批判

法兰克福学派的代表人物霍克海默认为科学技术是发达资本主义社会的生产力,同时也是一种新的意识形态,它本身包含着统治阶级的统治意图,已经成为一种社会控制工具。科学技术的进步成为操纵大众意识、对人实施控制的有效工具,“科学被认为类似于—组容器,它被填得越来越满,并通过经常维修来保持它的良好状态”^{[9](P140)},科学技术的合理性就是指以技术进步作为一切合理活动的标准,技术的发展进步逐渐成为了大众意识形态控制的工具。

法兰克福学派对科学技术的批判表现在两个方面:其一,科学技术是核心生产力,是文化工业的基础,科学技术发展促进了大众文化的出现;其二,科学技术在某种程度上是意识形态的新的表现形式,涉及到生活领域的方方面面,大众文化各个方面都被技术控制着。科学技术将人们生活中的文化不断复制和传播,使文化在成为大众的生活消费品的过程中,失去了文化本身具有否定性的一面。科学技术意识形态理论与以往的更直接的政治性意识形态不同,具有更强的隐蔽性和欺骗性,因为科学技术不像直接的政治意识形态能够直接制造局势并使民众膜拜虚幻的现实,科学技术使得人们的感觉更真实一些,意识形态性好像也少一些。然而,科学的意识形态功能和政治意识形态功能是相同的,它能够防止人们过度地议论社会中的各方面,能够使人们对统治阶级的统治顺从,能够让统治通过合法途径得以实现。科学技术将文化变成了日常生活中的一部分,将文化变成了个人消费品。

3.大众文化意识形态的控制性批判

法兰克福学派对大众文化批判是以高雅文化为标准进行的,通过将大众文化和他们心目中的文化作对比,对资本主义社会大众文化特征进行分析和批判。在大众文化的控制性方面,发达资本主义科学技术的发展和应用不断加强,现代的大众传播媒介不断发展,民众无论在什么地方都需要面对文化输入,这对人们的感官和思维产生影响,而且想摆脱这种影响几乎不可能。大众对文化产品的接收是一种无奈,大众文化呈现出一种主体性,民众是被动的客体,这个过程就是大众文化的强制性过程,“我们可以在一定意义上说大众文化批判理论继承了马克思的意识形态批判理论,他们认为大众文化已经成为一种新的统治形式”。

在文化的教化性方面,发达资本主义的大众文化工业的最重要一项功能就是对广大民众进行说教,使他们顺从社会既定的规则放弃对统治阶级的反抗,现代大众文化形式的最主要特征也是让民众顺从这种社会状态,各种大众媒介在这一过程中起到说教的作用。大量的社会文化产品都在不断重复一种社会思想规则,这种规则是被统治阶级操控的,并且不管这种规则体系是不是被大众所需要,“大众文化大众性从来不是由大众直接决定的,而往往是由大众在其他社会阶层的代表决定的”^{[10](P227)}。

综上,法兰克福学派认为资本主义社会的大众文化有很多弊端,在资本主义侵蚀下的大众文化已经失去了文化的固有特征,成为了商品。现代科学技术发展的背景下,大众文化的生产和传播已经成为科学技术的控制品,目的是追求收益的最大化,同时与现存政治体制结合,成为了意识形态的工具。因此,商品性、科学技术性、意识形态性以及控制性构成了法兰克福学派大众文化批判的核心内容。

二、法兰克福学派大众文化批判的强与弱

法兰克福学派大众文化批判理论开辟了批判资本主义的新视野,坚持高雅文化的自由与超越,使文化彰显出反思、超越的品质,批判了资本主义大众文化的弊端,是对马克思主义批判精神的继承和发展,也是对西方马克思主义文化批判思想的延伸。在批判方法上,法兰克福学派同马克思主义一样都是以对资本逻辑批判为起点,以对技术

个体息息相关,影响着人们的思维方式和价值观念。在当前的政治经济背景下,中国的大众文化是同中国的主流社会主义核心价值观、中国传统文化观相一致的大众文化,新时代中国的大众文化是全体人民的大众文化。新时代中国的大众文化是在借鉴西方大众文化理论基础上,根据中国现实情况总结发展起来的,要从中国现实的理论基础出发,从中国的实际问题出发,对大众文化理论进行分析和发展,建立中国大众文化的理论体系。党的十九大报告提出:“发展中国特色社会主义文化,就是以马克思主义为指导,坚持中华文化立场,立足当代中国现实,结合当今时代条件,发展面向现代化、面向世界、面向未来的,民族的科学的社会主义文化,推动社会主义精神文明和物质文明协调发展。”这是新时代文化建设的主要内容和基本思路。

参考文献:

- [1]约翰·斯道雷.常江译.文化理论与大众文化导论[M].北京:北京大学出版社,2019.
- [2]马尔库塞.李小兵等译.现代文明与人的困境——马尔库塞文集[M].上海:上海三联出版社,1989.
- [3]马尔库塞.李小兵译.审美之维——马尔库塞美学论著集[M].上海:三联书店,1998.
- [4]陈学明等.痛苦中的安乐——马尔库塞,弗洛姆论消费主义[M].昆明:云南人民出版社,1981.
- [5]谢业亮.马尔库塞乌托邦思想的现代性阐释[M].北京:中国社会科学出版社,2014.
- [6]霍克海默,阿多尔诺.启蒙辩证法[M].上海:上海人民出版社,2006.
- [7]李进书.审美现代性与文化现代性:法兰克福学派思想的二重奏[M].北京:人民出版社,2014.
- [8]马尔库塞.刘继译.单向度的人:发达工业社会意识形态研究[M].上海:上海译文出版社,2008.
- [9]霍克海默.批判理论[M].重庆:重庆出版社,1989.
- [10]霍克海默.霍克海默集[M].上海:上海远东出版社,1997.
- [11]魏艳芳.法兰克福学派的大众文化多维度批判[M].天津:天津人民出版社,2016.

(责任编辑:潘维永)