

法兰克福学派的大众传播内容研究

吴 靖

东北师范大学计算机科学与信息技术学院, 吉林长春 130117

摘 要 法兰克福学派的成就举世瞩目,而在该学派传播学方面的成就在国内却少有论及,尤其是该学派关于大众传播内容的成就,在美国传统传播学范式中,对于大众传播内容的研究几乎一片空白,本文正是通过论述该学派的大众传播内容的研究,旨在对当下中国的大众传播现状进行反思,与此同时,该学派关于大众传播内容理论研究也对中国传播学的研究提供新的审思路径。

关键词 法兰克福学派; 大众传播内容; 大众文化; 传播批判理论

中图分类号 G2

文献标识码 A

文章编号 1674-6708 (2015) 132-0001-03

**Research on Mass Communication content
The frankfurt school**

Wu Jing

College of Computer Science and Information Technology,
Northeast Normal University, Changchun Jilin 130117

Abstract The Frankfurt school get the great achievement in the worldwide, The school of communication studies achievement in domestic is rarely discussed, Especially the school on mass media content achievement, In America traditional communication paradigm, Study on mass media content is almost a blank, This paper is discussed by mass media content of the school, Aiming at mass media on the current status in the Chinese, The school on theoretical study of mass media content research on the Chinese communication to provide a new reflection route.

Key words Frankfurt school; mass media content; mass culture; communication theories

1 法兰克福学派传播批判理论形成的原因

法兰克福学派形成于在 20 世纪 20 年代初,发轫于莱茵河畔的法兰克福大学,其创始人霍克海默,该学派的成员众多,主要有阿多诺、马尔库塞、弗罗姆、波洛克任、哈贝马斯等等,该学派经历了发展时期、壮大时期和衰落时期,该学派普遍被认为是社会批判学的源头,对资本主义社会文化进行深刻批判,其深厚的哲学基础表现为锋利的批判和思辨光芒。

该学派的大众传播批判产生于美国社会环境、其理论自身的需要和与美国传统传播学派斗争的需要。^[1]

该学派对于大众传播的批判研究是有其历史原因,法兰克福学派在德国法西斯的袭击下被迫逃亡到美国,该学派美国留学时期的研究诞生出比以往在本国研究时更为锋芒的成果,美国的社会环境为该学派提供了比以往更为不同的内容和契机,美国社会的当前状况引起了该学派的研究兴趣,转而使研究视点转为对美国大众社会及其媒介传播进行研究。

该学派在德国法西斯袭击被迫留居在美国期间,为了该学派自身理论和社会批判理论延伸的需要,对工业社会“单面性”和晚期资本主义国家合法性和意识形态

的研究、对法西斯主义的剖析,必然要涉及到对大众传播及大众媒介进行研究。

法兰克福学派的大众传播研究除了其自身理论的研究需要,还包括法兰克福学派在美国留学时期,其代表人阿多诺和美国经验实证主义传播学派曾经在合作中不欢而散,直接导致了该学派对经验主义传播学派的斗争。因此,同美国传播学传统学派斗争需要,同时成为法兰克福学派对传播学研究的另一个原因。

2 法兰克福学派的大众传播内容分析

在法兰克福学派的观点中,大众传播内容等同于大众文化,该学派对大众文化的研究是

区别于美国经验主义传播范式的显著特点,也是该学派在传播批判理论中的精华,在传统的传播学框架里,几乎没有对大众传播内容进行的研究。在法兰克福学派的观点中,大众文化是通过大众媒介传播的文化,大众文化也就是本文所论述的大众传播内容,下文均以大众传播内容作为统一论述。该学派对大众传播内容在六个方面进行论述,分别表现为是大众传播内容的内聚统一性、标准化、控制性、商品化和非艺术化^[2]。

2.1 内聚统一性

法兰克福学派认为,大众传播内容首先具有政治上的内聚统一性。最重要的广播事业依赖于发电工业,或者电影事业以来于银行,者都说明了这整个领域都是与经济紧紧联系在一起,同时这整个领域中的各个具体部门,又使相互有联系的。一切部门都是紧密相连的,因此精神的集中可以消除各个公司和技术部门的分界线。文化工业的完全统一,会形成政治上内聚的统一性。^[3]该学派通过考察电影、书报杂志和广播电台等大众传播媒介,认为诸多传播手段之间是一个具有高度一致性的系统。虽然每一个领域都看视独立,但在政治上的美学活动保持高度一致性的颂扬旋律,且所传播的文化都是极为相似和周而复始,从而具体表现为大众市民的生活方式的一致性。因此,大众传播媒介在政治上的内聚统一性和依赖性具体表现为大众文化的相似性,此

作者简介:吴靖,在读博士,研究方向:媒介文化、大众传播、纪录片、课程文化、教学设计



为工业社会下大众传播内容的显著特点。

2.2 标准化

该学派认为大众传播内容表现为强烈的标准化、模式化和格式化的特点，认为个性是

普遍虚幻的，也只有当自己与普遍的社会完全一致时才得以存在的伪个性。

在工业社会发达的状况下，整个大众文化都必须要通过一个类似过滤器生产出来，比如阿多诺谈起音乐时所言，人们在听轻音乐时，从听到歌曲的第一个音节的时候，就能猜得出来接后来的曲调。短小的故事字数也是不变的，不多不少总是那么多，甚至逗乐的技术、效果、幽默讽刺的方式，也都是按照一定格式考虑设计出来的。^[1]人们对物质品牌的崇尚，对大众传播中呼吁的生活方式的一致性的渴望，对成功的向往，都深刻的表达了这一工业时代的大众文化的工业程式，即大众传播内容的机械化、模式化和标准化。

该学派还认为大众文化标准化生产中的个性是一种虚假的个性，偶然性、个性只有

当自己与普遍的社会保持完全一致时，他才能容忍虚幻的个性和偶然性的存在。也就是说，大众文化通过齐一化、统整化、生产化来促使人类走向更高的机器化的文明，但是，随之而来的是精英文化的消失、艺术作品的在场经验的消失、非标准化的生产活动的消失。^[4]

2.3 控制性

法兰克福学派认为大众文化具有控制理性，该学派对大众文化的批判是为了满足其著名的论断，即“科学技术为意识形态”，该学派把媒介作为其科学技术的主要论述内容，认为大众媒介作为一种意识形态存在，必然对大众媒介传播内容的控制性进行指控。该学派具体从以下几个方面对其大众传播内容的控制性进行论述，分别表现为对大众传播内容意识形态性的控制、控制的普遍性、运用语言来对传播内容控制和对大众人格和精神的控制等。

首先，传播内容的意识形态性。该学派认为科学技术即为意识形态，工业社会中大众媒介为典型的科学技术的代表，由此可见媒介即为意识形态性，尽管该学派对媒介为意识形态性的问题上略有分歧，但均指向大众媒介在属性上的意识形态性。^[3]工业社会的大众传播媒介内容的意识形态性，即便温和但比以往更能达到对大众的控制的效果。

其次，对传播内容控制的普遍性。在工业社会中，大众媒介无处不在影响着人们的生活。文化工业的产品到处都被使用，甚至在娱乐消遣的状况下，也会被灵活的消费，所有的人从一开始起，在工作时，休息时，只要他还能进行呼吸，它就离不开这些产品，因此文化工业的每一个运动，都不可避免的把人们再现为整个社会所需要塑造出来的那种样子。^[5]由此可见，文化工业无处不在无时不有，在大众的生活之中，影响和塑造着人们的思维和生活。

再次，传播内容的语言控制性。大众传播内容通过语言来对大众进行控制，法兰克福学派在谈及语言控制时说，由于有强制性的规定，明星和经理作为体现一

个国家本性的代表，必须采用技术上特定的语言，影响到整个民族也都采用了这种语言，由此可见，传播内容在语言上的特殊能力最后会作为文化工业生产的要素之一，对大众进行无形之中的控制。

最后，传播内容对人格和灵魂控制。法兰克福对大众传播内容的批评是彻底的，对工业社会媒介所产生的幸福幻觉窥视也是可见的。^[6]该学派认为文化工业不仅对人的生活方式进行控制，而且对人格塑造和灵魂也加以控制，这种微妙的控制隐藏在温和的大众传播内容之中，使被统治阶级不再心存反抗，在谈到工业社会中人的精神状态时，由此可见，文化工业对大众人格与灵魂的影响是深刻的，人们不易察觉，但其承载着意识形态的价值观念却是深入人心的。

2.4 商品化和非艺术化

大众传播内容在工业社会具有显著的商品化和非艺术化的特点。该学派重点论述了艺术作品的商业性和非艺术化，认为艺术作品被统一规格化生产出来，被贴上标签，大众传播内容微妙的和广告连接在一起。^[7]艺术作品为了满足市场的需求而创作，尽管有艺术作品保留一点自己的愿望也只是在一定限度内，艺术作品创作的自主性被泯灭，这种独立性，作为一种并不真实的因素在整个资产阶级事例中共存下去，但这种非真实性的因素，最后也会发展成为社会艺术而消失。^[8]如今的艺术作品遗失了先有的在场经验，而被贴上不同品牌和风格的标签加以出售，本雅明在谈到艺术作品时提及工业社会的艺术作品将失去其作品原有的“灵韵”，工业社会所造就的现代文明，使人民从原始的宗教萌魅状态脱离出来，世界得到了文明的启蒙，随着祛魅的过程，人类进入到了另一个大写的人的神话，其文化工业所造就的社会，看似物质丰富五光十色，但实则匮乏极致，艺术作品失去了原有的光辉，艺术作品无目的的天性也被耗尽。我们就此迎来了一个充满机械化的统一规格的物质世界。大众媒介作为塑造和掌控工具为统治阶级服务，艺术作品不再是艺术作品，而是被贴上编码的不同款式其中的一个，从而丧失了自主性，并以自己成为消费品而自豪。

3 大众传播批判理论的理论意义与当代价值

法兰克福学派大众传播内容的研究从属于大众传播批判理论，在中国传播学体系和框架中，大众传播批判理论一直处于“失语”状态，众所皆知传播学体系包括经验实证学派和批判学派，传播学在中国引入的框架中出现了传播批判学派的“失踪”，相关学者认为并非我们国学者在最初的框架引入上出现偏差，而是传播学最初在我国新闻学院引入，法兰克福学派的大众媒介传播内容研究不但促进我国的传播批判理论的研究，也为我国传播研究方式提供了一个质性研究范式。

法兰克福学派诞生于20世纪20年代的发达的资本主义社会，距离今天当下中国仍具有显著的现实意义和价值。自改革开放以来中国当下的媒介环境与工业社会有一定的相似性，尤其是大数据时代下，网络已经进入每个人的生活世界，大众传媒在人们生活中显示出日益重要的部分，法兰克福学派虽是来自遥远异国的声音，

却依然能够在今日社会发出声音,其锋利的批判声音依然回向,该学派的大众传播批判理论不但能够对当下的中国传播学建构和发展提供新的视角,更重要的是对中国媒介产业日益丰富的当下,提供一个新的审思,以因此,法兰克福学派的传播批判,在更深的意义上能够积极的促使大众媒介在中国的良性发展。

4 结论

本文以法兰克福学派的传播内容批判为立足点,对该学派的具体观点进行阐释和思考。全文一共分为三个部分,首先论述了该学派及其传播批判理论的主要思想,其次,重点论述该学派在大众传播内容上的特点,其特点表现为内聚统一性、标准化、控制性、商品化和非艺术性,最后,论述大众传播学派及的理论意义和当代价值,旨在开启当下中国媒介语境的批判性思考。

参考文献

- [1]黄若尧.论法兰克福学派的大众传播批判理论[D].中国社会科学院,1999:34-53.
- [2]邵培仁.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2012(12):2-3.
- [3]欧力同.法兰克福学派研究[M].重庆出版社,1990:285-299.
- [4]江怡.法兰克福学派与中国大众文化研究[D].华东师范大学.2004:12-43.
- [5]许静.阿多诺文化批判理论研究[D].西南大学,2014.5:38-41.
- [6]霍克海默.阿多诺.启蒙辩证法(哲学片段)[M].重庆出版社,1990:115-121.
- [7]A·德托克维尔.美国的民主.巴黎版[M].第2卷.1864:151
- [8]刘海龙.传播学引进中的失踪者[J].新闻与传播研究,2014(4):29-31.

↑↑(上接第4页)↑↑

进行采访。

在对政府官员的采访中,由于一些政治方面的问题,官员可能会拒绝透露相关信息。因此新闻记者可以在采访中告知受访官员,我方将据实报道其拒访的事实,然而对方可能需要面临巨大的舆论压力。以这种方式向受访官员施加一定的舆论压力。

在对明星的采访中,由于明星的个人成就,使其拥有良好的群众基础。公众出于个人崇拜,往往会对明星的各种隐私产生关注。新闻记者采访明星的过程中,应避免过度挖掘明星的隐私,适当的报道明星的个人信息。同时媒体的正面报道能够在一定程度上提高明星的商业价值,增进媒体与明星之间的信任感。

在对企业的采访中,由于公众对于媒体的普遍信任,存在各类问题的企业往往会对采访设置多重障碍。新闻记者应坚持以旁观者的角度进行采访,对企业问题如实曝光,超出个人职权的问题,应及时向有关部门检举。

3.4 全面提升知识修养

新闻报道的全面性,要求新闻记者具备较高的业务技能与知识修养。新闻采访的内容涉及面较广,对于天文、地理、科学、政治、哲学、文学等方面的知识均会涉及到^[5]。因此新闻记者在工作中,不仅需要不断提高新闻采访的能力,还需要拓宽自身的知识面,不断累积各方面的知识,形成自身的知识体系。通过这种方式将自身的知识体系熟练的运用于采访工作中,使采访工作更具专业性,并能够有效减少因知识点错误,而遭到受访者拒绝的情况,同时提高采访的质量。

3.5 不断总结采访经验

新闻记者在实际的采访工作中,应不断的总结采访经验。在工作之外,应积极与同事进行交流与探讨,分享各自采访中的实战经验,并分析各自采访中遭拒的原

因与解决对策。以这种方式,全面积累采访经验,使自己的采访能力得到有效提升。

4 结论

综上所述,为了提高新闻采访的受访率,减少新闻采访的遭拒情况,新闻记者采访前期,应充分做好准备工作,全面掌握新闻采访的资讯与讯息;在采访过程中,新闻记者应采用轻松的沟通方式,并充分给予受访者尊重,努力营造一个良好的采访氛围,同时针对不同受访对象采用不同的提问方式;在工作之外,新闻记者应不断拓宽自身的知识面,全面提升自身的知识修养,同时总结新闻工作中的采访经验,使自身的能力得到全面的提升。通过这种方式,使新闻采访的内容更加的公正、全面、客观,才能有效提高新闻报道的质量。

参考文献

- [1]孙卫东.浅谈对广播电视新闻采访的几点思考[J].西部广播电视,2013(13):43-45.
- [2]吕明华.新媒体背景下广播电视新闻采访现状、对策及未来发展[J].中国传媒科技,2014(12):104-105.
- [3]牛金香.新闻采访中记者心理素质探微[J].江西理工大学学报,2014(2):101-104.
- [4]周娟.浅谈广播电视新闻的采访[J].活力,2012(16):120.
- [5]张涛.记者在新闻采访中的沟通技巧[J].西部广播电视,2014(13):120.