

传播学视野下的法兰克福学派与大众文化

□文 / 林 文 魏雅姝

(江西城市职业学院 江西·南昌)

[提要] 法兰克福学派对大众文化的批判理论是西方大众文化批判理论中最为激进与严厉的一种,他们对文化艺术在发达工业社会中的严重异化现象进行了猛烈抨击,痛斥大众文化的平庸化、商品化的意识形态功能。现代大众文化加速了人的同化,更重要的是破坏了文化多样性,为人类文明带来了风险。本文从传播学的角度,分析法兰克福学派对大众文化的批判。

关键词: 法兰克福学派;大众文化;批判

中图分类号: G71 **文献标识码:** A

收录日期: 2012年6月12日

随着大众传播媒介的日益发展与壮大,大众文化成为了人们生活中不可缺少的一部分。而在今天这种大众传媒“横行”的年代,法兰克福学派对于大众文化的批判,对我们有着重要的启示作用,成为众多学者关注的热点。

大量学者从哲学、社会学、政治学、艺

术学等不同的学科角度来关注着这一研究领域,孔刚等学者从国际关系的方面对这一学派进行了研究;而陈志菲等学者却从美学的角度对该学派发表了自己的看法。学者们从不同的角度对法兰克福学派进行了研究,本文试从传播学的角度来分析法兰克福学派对大众文化的批判。

一、法兰克福学派对大众文化的批判

法兰克福学派是西方马克思主义的一支,着重从人的异化和技术理性的方面对资本主义文化进行批判。而被称为“批判的社会理论”的德国法兰克福学派的诞生,则标志着欧洲现代传播观念的形成。法兰克福学派对当代资本主义大众文化的批判是一个备受关注的问题。从早期的霍克海默、阿多尔诺、弗洛姆、马尔库塞直到较晚的哈贝马斯,在他们的著述中形成了别具一格的对当代资本主义大众文化的批判性理论,成为20世纪后半叶西方研究大众文化的坐标,更有学者把法兰克福学派的这种主导性理论称为“大众文化

意识形态”,因此其理论的重要性是不言自明的。

从三四十年代的霍克海默、阿多尔诺,到六十年代红极一时的马尔库塞都没有忽视对大众文化的审视。尽管他们多次声称针对的是发达工业国家的情况,然而随着席卷全球的现代化进程,媒体的高普及率、传播手段的高覆盖率,早已将全球融为一体,西方文化渗透到了每个角落。因此,法兰克福学派对发达工业国家的文化批判,既有借鉴作用,更具有一定的适用性。

二、法兰克福学派对大众文化的分析

法兰克福学派大众文化理论之所以对文化理论研究产生深刻且持久的影响,其关键在于他们对大众文化特征的分析鞭辟入里、切中要害。本文梳理了贯穿在法兰克福学派著述中关于大众文化的理论,并结合我国大众文化发展的实际,对大众文化的特征做了简要概括,以期更准确地把握大众文化概念的内涵。

心、信任教育以及科学知识、科学思想、科学方法和科学精神的教育;三是引导干部群众正确对待企业发展中存在的问题,迎接挑战,战胜困难。

(三)形式创新。思想政治工作的形式创新是指表现思想政治理论的形式、传输思想政治工作理念的形式、思想政治工作活动载体的形式、思想政治工作活动的设计形式等方面的创新。笔者认为,企业思想政治工作的形式创新:一是思想政治工作要根据人的特点,人的性别、年龄、性格、文化程度、家庭背景、人生经历、工作性质采取灵活多样的工作形式,使思想政治工作形式多样,富有层次性;二是利用现代科技成果,大胆借鉴和吸收最新管理方法。可利用互联网、电信、内部信息网

络,拓展思想政治工作的空间和渠道,使思想政治工作增加时效性和提高影响力。

(四)方法创新。要增加思想政治工作的实际效果,必须根据实际情况采取不同方法和措施,务求取得实际效果。笔者认为,思想政治工作应采取以下新方法:灵活灌输法、媒体引导法、文化熏陶法、活动参与法、典型引路法、网上宣传法、双向交流法、分类指导法、管理教育法、虚实结合法等。坚持把思想政治工作与文明行业、文明单位、文明家庭等群众性精神文明建设活动紧密联系起来,形成一套有效的工作载体。

(五)机制创新。一是要有权责分明的领导责任制;二是要有密切配合的工作协调机制。在党委领导下建立起党、政、工、

团各司其职的协调机制;三是快捷高效的信息反馈机制。建立起反应快捷、运转高效的信息预警和信息反馈机制;四是内外结合的监督机制。运用党内监督、民主监督、群众监督和舆论监督的手段,对思想政治工作各个环节进行全面检查、监督和考核。

主要参考文献:

- [1] 中共中央宣传部编.毛泽东、邓小平、江泽民论思想政治工作.2001.1.
- [2] 曾宪章,郭兰秀编.企业思想政治工作概论.1989.9.
- [3] 潘志红.国外思想政治教育的特色及启示[J].湖南人文科技学院学报,2006.2.

(一)商业性。在法兰克福学派那里,大众文化的商业性质也许是其众多属性中最为显著的特征。大众文化并不是“大众”原生的文化,而是经过商业浸染而工业化制造出来的商品。我国在社会主义市场经济发展进程中,虽然文化的商业化现象与人们传统的价值观大相径庭,但大众文化的商业化性质和文化经济水乳交融的融合似乎是一个必然的趋势。

在法兰克福学派看来,是大众文化的商业化特征导致了大众文化生产的批量性、复制性和标准化。大众文化的这种工业化生产性质,可以同时把同一文化产品投入到市场,给每一个受众以相同的感官享受。文化工业按照一定的标准和程序,大量复制具有较强商业价值的各种“成功”的作品,如电影、电视剧、唱片、畅销小说,并给它们以精美的包装,用传媒无所不能的力量勾起人们的消费欲望,使这些作品在文化市场上周而复始地出现。

(二)通俗性。人类社会进入工业时代,物质生产极大丰裕之后,自然会产生娱乐的需要,以满足生理快感的欲望和追求快乐的冲动。大众文化在很大程度上实现了这种需求,电影、电视、录像、网络、唱歌跳舞、畅销小说等,都给人以听觉和视觉上的新感受和心理上的愉悦感,使人们在消费大众文化时得到快乐,身心放松,生命力得到释放。

大众文化既然是商品,又有娱乐性功能,那么把它推销出去就只有迎合大众的口味,满足他们的需求。为适应现代社会结构变迁和商业化的需要,精英文化和高雅文化逐渐走出世代栖息的殿堂,摆脱现代社会的空间局限,从贵族城堡走向大众社会,从精英舞台走向大众传媒,在大众社会中找到新的生存方式和生存空间,实现了精英文化、高雅文化向大众文化的渗透。同时,民间文化和外域文化,也纷纷打破原有的形式和地域时空的限制,跻身大众文化的舞台。观众和明星间的距离越来越远。只要成为传媒关注的对象,那么其生活的各个细小的方面都会成为报道的重点,因为所有人对此都津津乐道。不仅娱乐明星是这样,其他领域的明星,如政治人物、学者、企业家等都“难逃此劫”。

(三)无个性。在法兰克福学派看来,

大众文化的流行导致了人的个性清除,即平面化。这表现在如下几个方面:其一,语言的无个性。语言作为一种符号结构,构成了文化的特征。即使是在一个共同语言文化圈中,其亚文化圈也可以由语言做出区分。如:都是对“好”的修饰,北京为“特好”,东北为“贼好”,湖南、湖北为“蛮好”。而传媒及其承载物已经使语言丧失了文化标志的地位。现在走遍大江南北,都能听到“好好”;其二,消费品味一致化。广告是媒体的重要支柱,消费文化成为传媒传播的主要信息之一。广播、电视中有固定的广告时段,报刊有专门的广告版面。除此外,在娱乐节目、新闻报道中潜藏着大量的广告内容。而明星的示范作用也不可忽视。一位明星的独特发型、常用品牌可能在一夜之间传遍全国、全洲乃至全世界。公众在传媒的影响下,形成了大体相近的消费口味,“宝马”、“奔驰”、“耐克”等成为公认的高档标志;其三,行为的标准化。传媒还负责向公众宣传在“成功”名义之下的社会行为规范及个人行为规范的标准模式。从哈佛女孩,到减肥录像,现代传媒通过直接灌输、劝诱、现身说法、引起讨论等手段,为现代人定造了“合理的”生活方式。

(四)强迫性。从经济上说,大众文化必须推销顾客必须消费的产品,以维持现存的生产制度和操纵这个制度的科层体制。因此,文化工业按其本性也是一种广告工业,因为维持经济体制在于维持经济要求,而这只能靠改变和控制大众心理来达到。在这个过程中,顾客的文化需要本身是受生产者制约的,其消费带有一种强迫的性质。大众文化与人们的日常生活紧密相关,故它可以不遇丝毫抵抗就进入人们的私人生活,在不知不觉中将其完全改变,使之逐渐划一。

在广告工业和文化工业的广告效应下,人们在心理上逐渐形成一种趋同倾向,流行成了大多数人认可的唯一道德标准与审美标准,复制的文化作品广为传播,在大众中产生了共同的经验,使原来分散的、个别的原子凝固成一个无内在差别的整体。大众文化是社会大生产机器上的一个零件,直接隶属并服务于政治意识,而这种大众文化在法兰克福学派那里

就是工业社会的新的意识形态,是一种新的控制形式。

(五)边缘性。无论是对法兰克福学派,还是对其他众多研究大众文化的学者来说,界定大众文化总是一件很困难的事情。作为现代工业社会的产物,作为一种生产者和享用者分离的文化商品,很难给它一个明确的界限。它复杂的特性和广泛的范围使其没有一个固定的内核,它总是与其他的文化形态交织或融合,如同月晕,带有延伸性和扩展性,但这种特性是符合大众文化自身逻辑的。

现代社会个人个性的充分发展和创造才能的发挥使人们普遍具有了文化创造能力,使得我们不能再用精英文化与大众文化的二分法来区别衡量一切文化样式,这样就消解、模糊了精英文化、高雅文化与大众文化的界限。例如,摇滚音乐基本上属于大众文化的范畴,但是像崔健和迈克·杰克逊这样的歌手所创作的音乐,在形式和内容两方面都非常富有个性和创造性,有凸现的主题。总之,大众文化内容和形式的这些模糊边界,都增强了它的延伸性和扩展性。

上述五个方面的特征,深刻勾画了大众文化的轮廓。当代西方从事文化研究的学者面临大众文化问题时,都受到了这一“大众文化意识形态”的支配。当代西方的众多大众文化理论,无论是结构主义方法还是本质还原范式的研究,基本上都是在法兰克福学派廓定的大众文化内涵之下进行的,这当中最根本的,当属对大众文化特征的阐释。因而我们也有理由相信,法兰克福学派关于大众文化特征的理论是合乎现代文化发展的自身逻辑的,研究它必将对我国社会主义市场经济条件下的文化建设大有作用。

主要参考文献:

- [1]许正林著. 欧洲传播思想史[M]. 上海三联书店出版, 2005.
- [2]罗杰斯著. 殷晓蓉译. 传播学史[M]. 上海译文出版社, 2005.
- [3]张骥, 刘中民著. 文化与当代国际政治[M]. 人民出版社, 2003.
- [4]殷晓蓉. 法兰克福学派与美国传播[J]. 学术月刊, 1999. 2.