



## 从德国脱口秀节目的发展看德国 如何对待“美国化”

吴友法 耿喃喃

**摘要:** 20 世纪 70 年代源自美国的脱口秀节目传至德国,从此脱口秀在德国的土地上生根发芽、遍地开花。德国的脱口秀节目初期只是简单模仿美国,到 80 年代开始增加节目类型以及电台数目等,寻求本土化的发展,进入了黄金时代。90 年代后,脱口秀迎来了第二春,在节目设置等各方面都取得了长足的进展。然而,德国的脱口秀是伴随“美国化”而生,如同其他领域一样一直受“美国化”的影响,德国的政界精英和有识之士对此愈加不满,因此德国的反美主义也随之而兴。德国的脱口秀在“美国化”和反美主义的斗争中发展成为既有美国文化因素又有本土特性的节目类型,杜绝了完全的“美国化”。

**关键词:** 德国;脱口秀;美国化;反美主义

作为二战的战败国,战后德国经济萧条、社会生活破坏殆尽,国际社会又迅速形成美苏争霸的冷战形势,这对于地理位置处于美苏之间的德国更是雪上加霜。德国是个有着强烈民族主义情感的国家,自然不想受美苏掣肘,但是作为战败国,她只能无可奈何、不情愿地投靠了美国。联邦德国的决策层做出这样的选择就决定了德国势必会把美国当作重建所仰仗的主要国家和效仿的“榜样”<sup>①</sup>。战后美国大力扶植德国,恢复和发展德国经济,使德国在欧洲迅速崛起,成为与苏联对抗的前沿阵地。不仅如此,美国还意识到了文化传播的重要性,大力推行文化外交。受到影响的欧洲国家,首当其冲的就是德国。

德国是欧洲大陆与美国打交道最多的国家之一。进入 20 世纪以来,美国对德国的发展产生了巨大的影响,早在魏玛共和国时期,由于魏玛文化对外来文化表现出更大的包容性,德国的大众文化和工业领域呈现一定的“美国化”,德国在两次世界大战期间经历了“美国化”的第一次高潮;此后,希特勒上台,第三帝国的独裁统治中断了“美国化”的进程;二战以后,美国大众文化在联邦德国得到了更广泛的传播;冷战期间德国的“美国化”比以往更甚,甚至主动接受美国的发展模式<sup>②</sup>。

纳粹的统治和二战的阴影使得德国人的文化生活几乎成了不毛之地。当时,包括学校、教堂、博物馆、剧院和电台等在内的各种设施都遭到了破坏,与此相关的管理机构也遭了解散或禁止。联邦德国在战后为了恢复正常的文化艺术生活,经历了一段长期的重建过程<sup>③</sup>。联邦德国既已投靠美国,就不可避免地效仿美国。美国的经济扶持使得德国

<sup>①</sup> Hans-Jürgen Schröder. “Chancellor of the Allies? The Significance of the United States in Adenauer’s Foreign Policy,” in David E. Barclay and Ellsaneth Class-Schmidt (eds.). *Transatlantic Images and Perceptions: Germany and America since 1776*. Washington, D. C.: German Historical Institute, 1997, pp. 328~329.

<sup>②</sup> 王晓德:《关于德国“美国化”的历史思考——一种文化的视角》,载《德国研究》2007 年第 4 期,第 40 页。

<sup>③</sup> 吴友法等:《当代德国——命途多舛的世界新秀》,贵州人民出版社 2000 年,第 444 页。

的经济得以迅猛发展,此时期带有现代文化品位的电视传媒发展尤为迅速,其中一个突出的例子便是德国的脱口秀节目。

## 一、德国脱口秀的缘起:仿效美国

脱口秀(talk show)于 20 世纪 50 年代在美国兴起,这类节目通常不事先备稿,讲究临场脱口而出,所以也被说成是张口就来的随便聊聊<sup>①</sup>。德国人直接沿用了美国脱口秀的本名,称为 Talk Show。初期的德国脱口秀节目基本上复制美国模式,带有强烈的美国痕迹。德国的脱口秀始起为 1973 年 3 月的夜话节目(Je später der Abend),主持人为狄特马·顺海(Dietmar Schönherr)。狄特马·顺海与知名人士谈话,讨论私人问题,开始时被广大观众和评论家接受,但一段时间后,人们批评节目和主持人无聊。虽然这个节目一直持续下来了,但后期观众的兴趣减弱了,直到 1978 年才对此做了相应调整。受美国脱口秀节目理念的影响,1974 年不来梅广播电台播出了新节目“从三到九”(III nach Neun)。三位主持人在节目中自发的讲笑话,同时也让观众参与进来。故意使场面很混乱,当时被称为“混乱的烟花”<sup>②</sup>。自从 1976 年德国西部广播电台播出脱口秀节目后,科隆的一个电台也播出系列的节目。阿弗雷德·彪雷克(Alfred Biolek)和迪特·托马(Dieter Thoma)主持的节目中首次在舞台上放入沙发,跟观众轻松地聊天。经过一段时间的发展,谈话的主题从政治转向人物<sup>③</sup>。

这一时期的德国脱口秀节目很明显地受美国电视节目理念的影响,甚至是套用了一个模式,是有深刻的历史文化背景的。冷战的爆发使美国意识到只靠战争这一种手段不能实现美国外交所制定的目标,取得冷战胜利的关键在于文化传播和人心的向背。因此,美国实现其外交手段的另一途径就是对外宣传等大众传媒的传播。因此,对外宣传等通过大众媒介传播信息成为美国政府实现其外交手段的有效途径<sup>④</sup>,文化外交在政府的全球战略中崭露头角。美国通过文化外交这一途径向联邦德国传播美式的价值观和消费观等,德国民众通过这种方式认识了美国人的生活方式,并深受其影响,进一步加深“美国化”进程。正如 1976 年的德国总理赫尔穆特·施密特承认的那样,“我们都已经变成了美国人”<sup>⑤</sup>。施密特的话既反映了当时联邦德国受美国文化影响程度之深,又把持反美主义意见的自己对此现象的担忧形象地表达出来。

由于脱口秀节目发展初期,德国受美国的影响很深刻,所以节目呈现出很强的“美国化”,引起德国各界人士的广泛争论。一些学者把战后的德美关系定性为霸权国家发起的美国化进程的组成部分,在这个过程中,“美国把大众消费社会的文化模式和行为方式准则出口到了欧洲”<sup>⑥</sup>。但是,也有一些学者持不同意见,如德国蒂宾根大学教授安塞尔姆·多林-曼托伊费尔不赞成用“美国化”来研究战后美德关系,他指出德国人对美国文化在观念上或形式上的接受并不是简单地复制这种文化,而是把当地的文化传统与之结合起来<sup>⑦</sup>。

## 二、德国脱口秀的黄金时代:本土化和非“美国化”

联邦德国的脱口秀节目发展到 80 年代,逐渐开始走出美国脱口秀的阴影,寻求本土化的发展。具体表现在成立了一些私人电视台,如 RTLplus 和 SAT 1 卫星台,增加节目播出时间,普及节目受众,除此之外在德国电视台还出现了新的节目类型。这些新增节目类型都是德国民众在日常生活中经常遇到

① 于丽爽、宋茜著:《谈话的力量》,中央编译出版社 2004 年,第 7 页。

② *Der Spiegel* 52/1984, s. 150; zit. nach Foltin 1994, s. 81.

③ Svenja Kunze. “Geschichte der Talkshows im Deutschen Fernsehen”, *Seminararbeit*, 1998, s. 6. 载 <http://www.hausarbeiten.de>.

④ 王晓德:《文化的帝国:20 世纪全球“美国化”研究》上,中国社会科学出版社 2011 年,第 267 页。

⑤ 转引自 Michael Ermarth. “German Unification as Self-Inflicted Americanization: Critical Views on the Course of Contemporary German Development”, in Reinhold Wagnleitner and Elaine Tyler May (eds.). “Here, There, and Everywhere”: *the Foreign Politics of American Popular Culture*, p. 253.

⑥ Volker Berghahn. “Introduction: The American impact on Western Europe: Americanization and Westernization in transatlantic perspective.” in Lammersdorf, ed. *The American Impact on Western Europe: Americanization and Westernization in Transatlantic Perspective*. 载 <http://www.ghidc.org/conpotweb/westernpapers/introduction.html>.

⑦ 王晓德:《文化的帝国:20 世纪全球“美国化”研究》上,中国社会科学出版社 2011 年,第 267 页。

的话题，比起政治事件、精英人物是德国人更为关心的话题，比如“对抗性话题”(confrontainment)，有1989年RTL电台节目：“爆炸性-热椅子”(Explosiv-Der heiße Stuhl)，坦白秀：1993年SAT 1卫星台的“我坦白”(Bekennnisshows：“Ich bekenne”)，和解脱口秀节目：1992年的“请原谅我”(Versöhnungsshow：“Verzeih mir”)，开玩笑脱口秀节目(Jux-Talkshows)，深夜脱口秀节目：1992年RTL电台的“上帝爱开玩笑”(Late-Night-Shows：“Gottschalk”)，这些节目受众广泛，针对人群包括青少年、文学爱好者、运动爱好者、老人和妇女等<sup>①</sup>。

随着美国霸权文化主义的入侵，德国这个带有强烈的民族主义情感的国家开始了反“美国化”倾向。20世纪80年代，联邦德国历史学家彼得·本德在《意识形态时代终结》一书中，呼吁包括德国人在内的欧洲人要抵制美国的文化，维护欧洲的文化传统，他把美国文化的威胁称为“文明化的蛊惑人心”<sup>②</sup>。无独有偶，德国左翼民族主义政治学家库特·图蒂卡在80年代中期也提出，德国人民如果想要保住自身文化的主观性，务必要实现“非美国化”，务必抵制包括美国文化在内的一切行为。对于德国的政界首脑和精英人士来说，尽管德国的“美国化”进程势如破竹，但也要采取尽可能的措施，千方百计来延缓这个进程<sup>③</sup>。

受德国国内反美主义的影响，脱口秀节目在形式上脱离了美国模式，杂糅德国本土电视台的特征，面向德国民众最关注的问题展开调查，搜集新的谈话题目和易于观众接受的谈话形式。因此，这一时期德国脱口秀节目中有关生活中的情感问题、邻里关系、家庭关系、社会关系的话题拔得头筹。与此同时，反映德国式幽默的节目也应运而生，且受到德国民众的普遍欢迎。

### 三、德国脱口秀的第二春：规范化和反“美国化”

进入90年代，德国脱口秀节目迎来第二春，不论是节目数量还是节目形式都有长足的进步。1992年德国大约有30种不同的脱口秀节目，到1996年约有超过60种不同的脱口秀系列节目，且这种趋势一直在提高。各种节目展开激烈的竞争，这时期的脱口秀多以主持人的姓名命名，如伊洛娜·克瑞斯特(Illona Christen)、福里格(Fliege)和拜伯·晒佛(Bärbel Schäfer)与汉斯·麦瑟(Hans Meiser)和阿拉贝拉·克斯保尔(Arabella Kiesbauer)。这种脱口秀节目打破了传统的脱口秀文化，主题不是来自时事评论，主角既不是名流也不是商人，而是普通的德国民众，体现了当时的德国民众把注意力集中到日常生活中来，对于政治的关注度不再那么热切。但是，也有快速发展所带来的一系列影响青少年健康成长的问题。比如，1996年的一期节目“性，游戏无国界”(Sex, das Spiel ohne Grenzen)被处罚金20万马克；1997年4月25日一期名为“救命，我的孩子打我”(Hilfe, mein Kind schlägt mich)的节目被处10万马克罚金。之后，德国的脱口秀节目逐渐规范化<sup>④</sup>。

吴度·米克尔·克吕格尔(Udo Michael Krüger)对1991—1998年所有德国脱口秀节目的内容做了15个分类。其中，对于明星的关注最高，占19.7%；其次是日常生活和社会健康，约各占15%；然后是爱情、婚姻和家庭，合起来约占26%；除此之外，还包括政治、司法、文化、宗教和环境等。(见附图1)受美国消费文化的影响，娱乐业迅猛发展，德国民众更多地开始享受富足的物质生活。民众对婚姻和家庭有了新的看法，导致晚婚和出生率的下降，更多的关心身体健康和个人的喜好。从这个分类中，可以清晰地看到德国民众受美国生活方式和消费方式的影响之深。

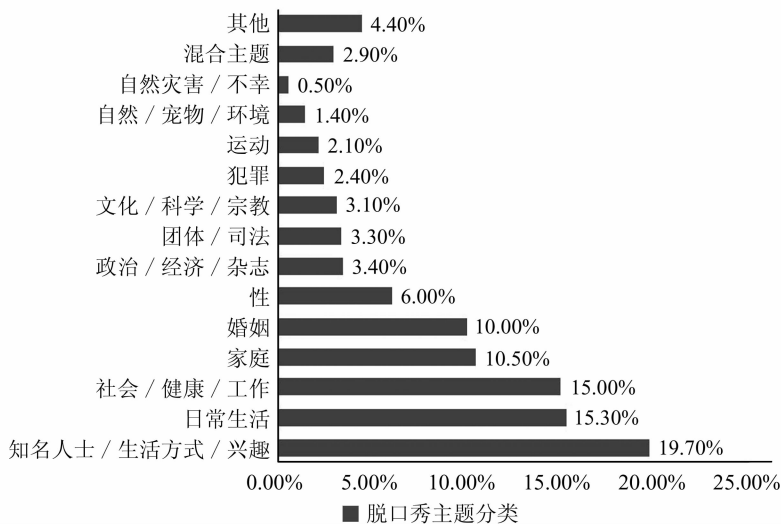
冷战的结束使得德美关系发生了变化，昔日唯美国马首是瞻的小伙伴对美国的指手画脚越来越不满，反美主义情绪不断酝酿升级。如德国安全事务专家阿尔弗雷德·梅希特谢默尔在1991年撰写的一

① H. -F. Foltin, *Geschichte des Fernsehens in der Bundesrepublik Deutschland*, Band 4: *Unterhaltung, Werbung und Zielgruppenprogramme*. München, 1994, s. 104~107.

② Bradley Graham, "West Germans See Indications of Growing Anti-Americanism", *The Washington Post*, July 4, 1981, p. A14. 转引自：王晓德，《文化的帝国：20世纪全球“美国化”研究》下，中国社会科学出版社2011年，第727页。

③ 王晓德：《“美国化”与德国反美主义的文化释读》，载《世界历史》2008年第2期，第34页。

④ Harald Schmidt, "Die Talk-Chronik", in *Focus* 24/98, s. 62~63.

图 1 脱口秀节目中不同主题的百分比<sup>①</sup>

篇文章中尖锐地指出美国化的危害性。之后他又在《和平缔造者德国:新爱国主义的恳求》一书中提出全球的“非美国化”是德国承担的一种世界性使命,也是解决人类面临的诸多问题的“良药妙方”<sup>②</sup>。梅希特谢默尔夸张地把反美主义提到了世界性的高度,虽然他的观点不会成为德国学界的主流,但也不乏一些类似的观点,他们提倡发动一场“非美国化”运动,以保护德国的民族文化。

事实上,冷战之后德国对美国的态度已经发生了很大的变化。一项民意调查显示,67%的德国人认为美国文化对德国会产生恶劣影响,在欧洲国家中这一比例仅次于法国<sup>③</sup>。这种政治上的不满,虽说是由某些事件引起,但是可以从文化上找到其根源,这种不满情绪自然包括对美国生活方式和价值观念广泛传播的怨言,是对美国霸权文化入侵的控诉。

#### 四、德国与美国脱口秀比较:本土化与非完全美国化

德国的脱口秀由美国的脱口秀节目演变而来,打着深刻的美国烙印,例如在节目名称上沿用 Talk Show;节目时长都约一个小时;节目类型分类大致相同。但是,脱口秀扎根德国 20 余年也有其独特之处。美国脱口秀的内容自由度很广,不管什么类型的内容都可以,满嘴黄段子,肆意调侃领导者;德国脱口秀的内容偏严谨,讲究实事求是,尤其是近年来对政治的关注度要小于对日常生活的关注度。美国脱口秀节目的名称大都是用主持人的姓名直接来命名;但是,德国的脱口秀会根据节目内容来命名。美国脱口秀的主持人基本上是单人主持;德国的脱口秀多为双人(男女)主持<sup>④</sup>。另外,德国其他城市的电台也开设了地方电台的脱口秀节目,更具有本土性、民族性和灵活性。德国的脱口秀虽源于美国但又有其本土性,是由德国这个国家的民族特性决定的。德意志是个民族文化传统非常强烈的国家,其他的外来文化很难把本土文化排挤出去。正如德国学者亚历克斯·希尔德在对西德大众媒介早期发展进行考察时所得出的结论一样,他认为德国的“美国化”进程总是旧与新、传统与现代的复杂交织。尽管他承认美国文化会成为联邦德国地区认同的障碍,但并不意味着美国文化会破坏德国的传统文化。因此,战后联邦德国在文化上趋向“美国化”是德国人对美国文化成分的主动获得和适应,也就是说把来自外部的新的文化成分融合进传统文化之中,他主张用“混合文化”来解释战后西德的文化发展<sup>⑤</sup>。因而,德国的脱

① Jörg Heinemann. “Talkshows und ihre wirtschaftliche Bedeutung für die Sender”, *Sommersemester 2000*, s. 12.

② 转引自 Michael Ermarth. “German Unification as Self-Inflicted Americanization: Critical Views on the Course of Contemporary German Development”, in Reinhold Wagnleitner and Elaine Tyler May, eds. “Here, There, and Everywhere”: *the Foreign Politics of American Popular Culture*, pp. 258~259.

③ Stephen F. Szabo. *Parting Ways: The Crisis in German-American Relations*. Washington, DC: Brookings Institution Press, 2004, p. 94.

④ M. Steinbrecher, M. Weiske. *Die Talkshow. 20 Jahre zwischen Klatsch und News. Tips und Hintergründe*. München, 1992, s. 141~146.

⑤ Paul Betts. “German Modernity as New Historical Object”, *Journal of Urban History*, 1999, 25(6), pp. 878~879.

脱口秀节目杂糅“美国化”的影响,尤其是美国的消费文化的影响,结合德国本土民族文化特色,发展出的具有现代文化特征的电视节目。

德国的脱口秀节目随着“美国化”的进程而发展起来。在70年代中后期,受美国脱口秀的影响,节目中以政治辩论和分析政治人物为主,普通民众都可以参加讨论,发表对政治事件的态度<sup>①</sup>。80年代中后期东、西德关系缓和后快速发展,美国大众文化和两德要求统一的民族文化相互交织在一起,脱口秀节目呈现出多样化<sup>②</sup>,有效地缓解了政治问题所带来的敏感度,把公众的注意力吸引到文化、教育、科技等其他方面上来。冷战之后德国在政治上获得了巨大的进步,越来越不满美国的霸权文化主义,反美国主义也愈演愈烈,脱口秀节目不再拘泥于美国模式而是越来越倾向于与德国公众息息相关的日常生活<sup>③</sup>。在节目中给予公众正确的引导,解答生活中的情感问题,处理家庭纠纷等。

德国自1974年大众传媒开始快速发展以来,脱口秀这种节目类型经历了三个不同的发展阶段,反映出不同时期德国民众的文化生活内涵的变化,是一种由单调走向多彩的变化过程。虽然在这个历程中,时时处处都有美国文化因素的影响,这与当时的国际环境有关,是不可避免的一种现象,但同时也存在着德国本土气息的文化发展,并且后者的比重愈来愈大,逐渐淡化美国文化因素的影响。同化美国文化,使其内化为德国的本土文化,德国的文化生活在这个过程中变得丰富多彩且鲜明独特。

## From the Development Process of the German Talk Show to See Germany How to Deal with “Americanization”

Wu Youfa (Professor, Wuhan University)

Geng Nannan (Graduate, Wuhan University)

**Abstract:** Talk show originated in the United States, spread to Germany in 1970s, and since then grew in Germany. Early, talk show of Germany just imitate American. In 1980s, it began to increase and the number of types of programs, seek to develop localized, entered a golden age. After 1990s, talk show ushered in a second spring, in terms of program settings have made considerable progress. However, the Germany talk show as other areas was born accompanied by the “Americanization”, Germany’s political elite and the insight of a growing dissatisfaction with the Americanization and therefore anti-Americanism in Germany also has flourished. German talk show developed in the struggle against the Americanization and anti-Americanism, includes both the American cultural factors and the local characteristics, intercept a complete “Americanization”.

**Key words:** Germany; talk show; Americanization; anti-Americanism

● 作者简介: 吴友法, 武汉大学历史学院教授, 博士生导师; 湖北 武汉 430072。

耿喏喏, 武汉大学历史学院硕士生。Email: geng\_nn@126.com。

● 基金项目: 国家社会科学基金重大招标项目(13&ZD104)

● 责任编辑: 桂 莉

① *Der Spiegel* 52/1984, s. 150; zit. nach *Foltin* 1994, s. 81.

② Harald Schmidt. “Die Talk-Chronik”, in *Focus* 24/98, s. 62~63.

③ Jörg Heinemann. “Talkshows und Ihre Wirtschaftliche Bedeutung für die Sender”, *Sommersemester* 2000, s. 12.