

崛起与重构

JUEQI YU CHONGGOU

——大众文化影响下中国共产党
意识形态传播路径研究

■ 全家悦 著



人民出版社

崛起与重构

JUEQI YU CHONGGOU

——大众文化影响下中国共产党
意识形态传播路径研究

■ 全家悦 著



人民出版社

责任编辑:吴广庆

装帧设计:徐 晖

图书在版编目(CIP)数据

崛起与重构:大众文化影响下中国共产党意识形态传播路径研究/

全家悦 著. —北京:人民出版社,2016.3

ISBN 978-7-01-015807-5

I. ①崛… II. ①全… III. ①中国共产党-意识形态-研究 IV. ①D261.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 023164 号

崛起与重构

JUEQI YU CHONGGOU

——大众文化影响下中国共产党意识形态传播路径研究

全家悦 著

人民出版社 出版发行

(100706 北京市东城区隆福寺街 99 号)

北京龙之冉印务有限公司印刷 新华书店经销

2016 年 3 月第 1 版 2016 年 3 月北京第 1 次印刷

开本:710 毫米×1000 毫米 1/16 印张:16

字数:214 千字

ISBN 978-7-01-015807-5 定价:38.00 元

邮购地址 100706 北京市东城区隆福寺街 99 号

人民东方图书销售中心 电话 (010)65250042 65289539

版权所有·侵权必究

凡购买本社图书,如有印制质量问题,我社负责调换。

服务电话:(010)65250042

序

全家悦的课题“大众文化影响下中国共产党的意识形态传播路径研究”能由人民出版社出版，作为其博士生导师，我为她由衷感到高兴！家悦读书时为人谦逊，学习刻苦，勤于思考，属于导师最喜欢的一类学生。值其成果发表之际，家悦诚邀我为其作序，师生情谊，使我义不容辞，便爽快答应。正好利用这个机会谈谈我对这个选题的一点看法。

动态地看意识形态建设，它包含三个依次递进的重要方面：意识形态建构，意识形态传播，意识形态认同。这构成了意识形态建设的完整过程。其中，意识形态建构，解决的是讲清道理的问题；意识形态传播，解决的传播道理的问题；意识形态认同，解决的是接受道理的问题。意识形态传播由于承上启下，在整个意识形态建设中居于十分重要的位置。在马克思主义意识形态建设过程中，意识形态传播历来受到高度重视。列宁创造性地提出了灌输理论，为马克思主义意识形态的传播奠定了重要理论基础。列宁从马克思主义意识形态的传播与无产阶级阶级性关系的角度指出：“从马克思主义观点来看，否认或不了解领导权思想的阶级就不是阶级，或者还不是阶级，而是行会，或者是各种行会的总和。”^①葛兰西则把这个问题上升到领导权的高度，并把领导权分

^① 《列宁全集》第20卷，人民出版社1989年版，第111页。

为“政治领导权”和“文化领导权”，他认为，对于欧洲无产阶级革命而言，应先夺取文化领导权，之后再图政治领导权及整个国家政权，最终取得革命的彻底胜利，即使革命成功后，也要继续牢牢抓住文化领导权。^①

列宁的灌输理论及葛兰西的文化领导权理论，实质强调的是人民群众认同下的意识形态传播，即党要通过宣传、引导等方式，通过传播和创新意识理念，使更多的人民群众在认同的基础上接受执政党的意志，以改善和加强党的意识形态领导权。党的意识形态领导权中的“权”，不是建立在暴力、控制等基础之上的“权力”（Power），也不是建立在市场经济结构等价交换基础之上的“权利”（Right），而是建立在人们“认同”基础之上的“权威”（Authority）。而权威正是社会成员认同的价值观念、信仰和行动取向的集中体现。文化领导权的削弱，势必导致民众心理、道德、价值观、信仰等精神领域的真空状态。因此，党的意识形态领导权理论必须以“权威认同”为支点，致力于主流意识形态传播的有效性。这对我们思考当今中国执政党的意识形态传播问题具有重要启示。

新的历史时期，中国共产党的意识形态传播面临着巨大的挑战。这种挑战主要有以下几个方面：社会主义市场经济的多元化价值取向对我国主流意识形态的影响，新科技革命造成的社会变迁淡化了意识形态的差异，网络化境遇下的传播方式对我国意识形态的挑战。在经济全球化和新科技革命大背景下，在新媒体的推动下，大众文化在多维文化视野中迅速崛起。大众文化以影视、快餐、商品等物质和非物质形式，并从服饰、饮食、言语、审美、生活方式、价值观、道德标准、理想信念等多方面对人们进行影响。大众文化对党的意识形态传播提出了新的挑战：在国内层面遇到的主要问题是人民群众不同程度出现的认同危机和

^① 参见〔意〕安东尼奥·葛兰西：《狱中札记》，曹雷雨、姜丽、张跣译，中国社会科学出版社2000年版，第218页。

信仰危机。在这样的背景下，以什么样的态度和以什么样的思路推进党的意识形态传播，巩固和加强党的意识形态的领导权，已经关涉社会稳定和意识形态安全，关涉国家的性质和民族的振兴。

正是在上述意义和背景下，家悦对大众文化影响下党的意识形态传播路径进行研究，具有十分突出的现实意义和理论价值。家悦较为全面地梳理了学界关于意识形态传播方面研究的主要学术观点，对中国共产党意识形态传播的理论逻辑进行了历史勾陈，借助对大众文化的涵义、生成、特征及其功能的分析探究了大众文化对党的意识形态传播的影响，并以此为基础，从中国共产党意识形态传播的主体关系建设、意识形态传播的话语体系建设和传播环境建设等方面进行了较深入的分析。全书由具有内在联系的三部分内容组成。一是中国共产党意识形态传播理论研究，是全书的基础，主要研究了中国共产党意识形态传播的大文化背景，执政党意识形态传播内涵、特点、实质及当代中国共产党意识形态传播的经验，回答了执政党意识形态为什么需要传播和怎样传播这两个核心问题，阐述了当代中国共产党意识形态传播的理论基础。同时，分别对资产阶级执政党意识形态传播的经验和社会主义意识形态传播的经验教训进行了研究，从历史和实践层面为中国共产党意识形态传播提供了借鉴。二是大众文化对中国共产党意识形态传播影响的研究，分析了大众文化对中国共产党意识形态传播的重要影响，包括机遇和挑战两个方面。该部分从大众文化的生成、内涵、基本特征和功能出发，重点挖掘大众文化对人们价值观念、理想信念，对党的意识形态传播方式等方面带来的挑战。最后从宏观上总结了大众文化影响下党的意识形态传播的路径选择：双向互动的大众传播模式，其中主要包括传播主客体、传播内容方法、传播环境媒介等主要因素。三是大众文化影响下加强党的意识形态传播的具体路径研究，是全书研究的重心之所在，主要从传播主客体、传播内容方法、传播环境媒介这三大方面进行研究。结语简要地对研究进行了概括，同时对进一步研究和探讨进行

了展望，提出以“中国梦”的提出为契机，推动中国共产党意识形态传播。

中国共产党的意识形态传播研究是一项前沿性、理论性、现实性很强的课题，不仅需要运用多学科知识，而且涉及许多复杂的实际问题。随着市场经济的发展，社会转型的加快，大众文化的发展也呈现出迅猛的势头。大众文化的发展势必影响和制约中国共产党的意识形态传播。可以看出，全家悦能够从大众文化崛起的背景下思考和探讨党的意识形态传播具体路径，特别是通过借鉴传播学的理论观点与方法来思考中国共产党意识形态传播路径问题，是一种创新性尝试。本书资料丰富，论证合理，逻辑清晰，阐述深刻，体现了家悦深厚的理论功底和扎实的研究能力。其成果为该领域的研究提供了有益的启发和借鉴，对于巩固和加强党的意识形态领导权，维护党执政的合法性基础，增强文化软实力建设，构建和谐社会提供了有价值的参考和决策依据。

当然，作为一名年轻的学者，对于中国共产党意识形态传播这一复杂的课题，还有诸多需要进一步深化、具体、实证研究的问题，如对传播客体的分层次研究，对中国共产党不同时期意识形态传播载体和路径的研究，对苏联共产党意识形态传播经验教训的研究等。这也为后面的研究提供了广阔的空间。期待并且相信家悦会在今后的科研方面更上一层楼，取得更大的成果。

是为序！

宋福范

2015年秋月于中央党校

目 录

序	1
导 言	1
第一章 中国共产党意识形态传播的理论逻辑	18
一、意识形态及政党意识形态传播	18
二、执政党意识形态传播的特点	46
三、当代中国共产党意识形态传播的理论逻辑	53
第二章 大众文化对党的意识形态传播的影响	65
一、多维文化视野中大众文化的生成	66
二、大众文化对党的意识形态传播的影响	80
三、大众文化影响下党的意识形态传播的路径选择	98
第三章 提升传播能力：建立双向互动的传播关系	107
一、实现传播主体优化	107
二、重视客体心理与需求	133
第四章 建构传播体系：形成兼容并蓄的话语体系	144

一、传播体系建设的基本原则·····	144
二、传播体系建设的核心内容·····	154
三、传播体系建设的基本途径·····	166
 第五章 优化传播环境：加强大众传媒的引导和管理·····	180
一、加强对大众传媒引导和管理的必要性·····	180
二、加强新时期大众传媒的舆论引导·····	194
三、加强信息网络的引导和管理·····	208
四、推进网络法治文化建设·····	216
 结 语 以“中国梦”提出为契机，推动党的意识形态传播·····	229
 参考文献·····	234
索 引·····	245
后 记·····	248

导 言

中国共产党意识形态传播不仅是思想政治工作的重要组成部分，也是中国共产党执政能力建设的重要内容。全球化、信息化和社会主义市场经济催生了中国大众文化产业和大众文化，使得大众文化在社会转型期，在多维文化视野中崛起，从而成为研究中国共产党意识形态传播的一个重要视域。大众文化对党的意识形态传播既有积极的影响，又存在着矛盾冲突。分析社会转型期文化环境的变化，是选择新时期党的意识形态传播路径的基本前提。

在马克思主义的传播和发展过程中，无产阶级领导权问题一直备受关注。列宁最先在《怎么办？》一文中涉及到“领导权”问题，他指出：“社会民主党人如果不只是口头上主张必须全面发展无产阶级的政治意识，那就应当‘到居民的一切阶级中去’……我们应当既以理论家的身份，又以宣传员的身份，既以鼓动员的身份，又以组织者的身份‘到居民的一切阶级中去’”^①。后来，列宁在1905年发表的《社会民主党在民主革命中的两种策略》一书中首次正式提出领导权思想，他认为：“马克思主义教导无产者不要避开资产阶级革命，不要对资产阶级革命漠不关心，不要把革命中的领导权交给资产阶级，相反地，要尽最大的努力参加革命，最坚决地为彻底的无产阶级民主主义、为把革命

^① 《列宁选集》第1卷，人民出版社2012年版，第366页。

进行到底而奋斗”^①。列宁在强调政治领导权的同时，也肯定了思想、理论、文化等因素在革命中的重要作用，他说：“只有以先进理论为指南的党，才能实现先进战士的作用”^②。在如何获得意识形态领导权问题上，列宁最先强调通过“灌输”方式培养人们的无产阶级意识，“阶级政治意识只能从外面灌输给工人，即只能从经济斗争外面，从工人同厂主的关系范围外面灌输给工人”^③。对于列宁的领导权思想葛兰西给予了充分肯定，他指出：“伊里奇（列宁）所完成的领导权的理论化和实现是伟大的‘形而上学’的事件”^④。后来，葛兰西在《狱中札记》中对领导权问题进行了深刻的研究，指出无产阶级领导权的获得虽不排斥政治暴力革命，但更为重要的是要在暴力革命之前就应获得意识形态领域的领导权，革命成功之后更应该通过非暴力的文化意识形态建设、传播等形式来获取社会大多数成员对无产阶级统治发自内心的、自愿的认同。列宁与葛兰西的领导权思想实质都强调通过执政党的意识形态建设、传播从而使执政党的意识形态获得人们的普遍认同。

在现代国家统治的过程中，执政党的意识形态发挥着举足轻重的作用。它不仅具有维持现存的政治秩序和社会秩序的“天然职能”，而且发挥着意识形态传播的功能。将政党意识形态所体现的价值诉求转化为全社会普遍认同的主流社会意识，既可以扩大政治认同，增强党的合法性基础，也可以为政党发挥社会整合作用提供保证。

任何政党都是基于一定的认同而成立的，任何国家和政党都面临着无形的以说服和信仰为核心的意识形态建设、传播和认同。从逻辑上说，先有意识形态和意识形态认同才可能有政党。而这种认同便成为其“合法性”的基础。处于社会转型期，一个社会中往往存在多种社会思

① 《列宁选集》第1卷，人民出版社2012年版，第558页。

② 《列宁选集》第1卷，人民出版社2012年版，第312页。

③ 《列宁选集》第1卷，人民出版社2012年版，第363页。

④ [意] 安东尼奥·葛兰西：《狱中札记》，葆煦译，人民出版社1983年版，第41页。

潮。主流意识形态和非主流意识形态之间是对立统一的关系，他们之间由于在特定历史时期代表的利益集团不同而“存异”，但部分利益的重合给它们提供了‘求同’的可能性。这就决定了不同意识形态之间对话的可能性和执政党对于意识形态领导的可能性。在经济全球化和市场经济的大背景下，社会的多样化和人们思想的多元化，是一个不可避免的现实，但一个政党的意识形态不可能多元化，如何把多元化的社会利益整合在一起，减少不同集团之间的矛盾和冲突，是中国共产党面临的一个难题。

马克思主义思想政治工作历来被我们当作是“经济工作和其他一切工作的‘生命线’”^①，是“我们党和社会主义国家的重要政治优势”^②，是“团结全党全国各族人民实现党和国家各项任务的中心环节”^③。从纵向来看，马克思主义思想政治工作包含马克思主义政党的意识形态建设、意识形态传播和意识形态认同三个相互联系的过程。从逻辑层次上来说，它们之间是一种递进推理关系，马克思主义政党的意识形态建设是其前提和基础，党的意识形态传播是中心环节，意识形态认同则是根本目的。这三者从纵向上构成了马克思主义思想政治工作的理论逻辑。因此，对于中国共产党来说，强有力的思想政治工作就是它凝聚党心、凝聚民心、团结和领导各族人民，进行中国特色社会主义建设的强大思想与信仰保障。

中国共产党的意识形态传播不仅是思想政治工作的重要组成部分，也是党的执政能力建设的重要内容。长期以来，中国共产党的意识形态传播在社会主义革命、建设和改革中发挥了极其重要的作用，取得了重大的成效。但自 20 世纪 90 年代初，苏东剧变，世界社会主义运动陷入低潮，加上全球化、信息化、大众化的影响，党的意识形态的传播面临

① 《十五大以来重要文献选编》（中），人民出版社 2001 年版，第 1036 页。

② 《江泽民文选》第三卷，人民出版社 2006 年版，第 74 页。

③ 《江泽民文选》第三卷，人民出版社 2006 年版，第 74 页。

着严峻的挑战。这些挑战可以概括为四个方面：全球化的挑战、社会转型的挑战、“西化”和“分化”的挑战、网络延伸扩展的挑战。这些挑战主要表现为：传播内容上，在中国日益开放的社会环境中，整个社会存在和传播着多样化的社会思潮。如：在经济上，出现单一公有制思潮、新自由主义以及质疑改革开放的思潮等；在政治上，宣扬的“三权分立”和多党制思潮；在道路上，宣扬民主社会主义思潮和资本主义的思潮；在文化领域，一些人宣扬非意识形态化、意识形态终结论和“普世价值”等西方资本主义意识形态，导致民族虚无主义、历史虚无主义的出现；在社会领域，功利主义、消费主义、技术主义思潮蔓延。传播方式上，以网络为基础的新媒体、自媒体的出现，拓展了执政党的意识形态传播渠道和方式。传播特点上，过去的信息单向传播开始转变成双向的大众传播，意识形态的传播控制愈加困难。传播阵地上，网络等虚拟世界的出现，使网络等无形传播阵地的作用凸显。总之，在全球化、信息化的深刻影响下，如何增强党的意识形态传播效果，最大限度地形成社会思想意识共识，巩固党的意识形态工作的领导权，成为新的课题。

除了以上的理论思考之外，我们还可以从以下几个方面进一步说明中国共产党意识形态传播所面临的具体问题：

第一，多样化消解一元化：多样化的价值观念动摇了对马克思主义的信仰。2007年，“我国当代主流意识形态认同研究”（07BKS040）课题组进行了一次大范围的调查。调查表明，人们对党的意识形态的认同度不高，信仰共产主义、社会主义的只有62.3%，37.7%的人或者信仰资本主义（2.6%）、或者信仰宗教（4.4%）、或者对自己的信仰说不清楚（10.3%）、或者干脆没有信仰（20.3%）。值得注意的是，近1/3的人处于迷茫状态，精神空虚，说不清楚自己信仰什么，甚至连信仰都没有。从职业和政治面貌来看，农民和无党派人士对党的意识形态认同度最低，分别为54.4%和46.0%。从整体上来说，年龄越大的人对党的意识形态认同度越高，年龄越小的人对党的意识形态的认同度越低，

17岁以下青少年，即“90后”对党的意识形态的认同度最低，仅为54.4%。党政干部、领导、共产党员对党的意识形态认同度最高，但党政领导干部不认同党的意识形态的有10.4%，党员不认同的有10.2%。^①领导干部、党员对马克思主义的信仰、对党的意识形态的认同尤为重要。习近平指出：“对马克思主义的信仰，对社会主义和共产主义的信念，是共产党人的政治灵魂，是共产党人经受住任何考验的精神支柱。”^②2014年教育部人文社科专项“高校师生马克思主义信仰问题研究”（11JD710054）调查显示：56.8%的本科生认为马克思主义有一定的道理但信仰不坚定，3.4%的本科生认为马克思主义已经过时；46.0%的博士研究生认为马克思主义有一定的道理但信仰不坚定，2.8%的博士研究生认为马克思主义已过时。^③再比如，2012年的周克华“谣言攻防战”事件引发了网民的热议。自从击毙悍匪周克华后，对周克华死讯的质疑一直没有平息。从最初的“被击毙还是自杀”，升级成“死的到底是不是周克华本人”。《法制日报》在《“周克华未被击毙”的过度怀疑之痛》的文章中指出，从更深层次看，周克华被击毙之所以引起民间的过度质疑，折射出民众有强大的焦虑、不安全感和对政府权力不信任感。^④清华大学教授金兼斌曾提出：“当公信力失去信任时，‘官方说法’或者‘官方消息’的传播效果也就丧失了。”^⑤在社会转型期，党和政府

① 国家社科基金项目“我国当代主流意识形态认同研究”（07BKS040）课题组，于2007年9—12月在北京、上海、广东、浙江、江苏、广西、河南、新疆8个省（自治区、直辖市），对6000名工人、农民、知识分子、党政干部及高校、中学学生进行了主流意识形态认同状况问卷调查。调查涉及范围广、数量大、有效问卷率高（97.8%），具有一定代表性。

② 习近平：《紧紧围绕坚持和发展中国特色社会主义 学习宣传贯彻党的十八大精神——在十八届中共中央政治局第一次集体学习时的讲话》，人民出版社2012年版，第11页。

③ 参见张长虹、马福运：《当前大学生马克思主义信仰状况的调查分析与对策研究》，《思想教育研究》2014年第4期。

④ 参见《中国党情·政情·舆情月度报告》，《领导决策信息》2012年第35期。

⑤ 转引自高建华：《微博客时代与社会主义意识形态建设》，《理论学习》2011年第10期。

的公信力也面临着巨大的挑战。

我国正处于一个急剧的社会转型期，是一个多样化的社会。这种多样化主要包括多样化的市场主体、多样化的利益诉求、多样化的社会思潮、多样化的价值观念。这种多样化根源于我国市场经济的建立和发展。在社会主义市场经济条件下，经济生产方式和分配方式的多样化，必然导致利益主体和社会阶层的急剧分化，从而导致贫富差距出现。经济领域的急剧分化对人们原有的道德观念和思想价值观念造成了猛烈的冲击和碰撞。市场经济把人从人身依附关系中解放出来，使人的自主意识不断增强，但市场经济自身的弱点和消极方面，使人们又陷入了对物的过分依赖。市场经济的重利性特点导致人们对物（“商品”）的过分依赖和对金钱的过度追求，从而致使很多人变得极度功利化。拜金主义、消费主义、享乐主义、极端个人主义不断蔓延，损公肥私、见利忘义、假冒伪劣、拉拢腐蚀、欺骗欺诈、道德失范等现象时有发生。市场经济的等价交换原则也被移植到政治社会领域，导致行贿受贿、徇私枉法、卖官买官等腐败现象蔓延，导致人们混淆是非、善恶和美丑。市场经济的开放性使每个人都面临不同生活方式和价值观念的考验。

文化形态源于人类文明对“真善美”的终极关怀，“但是，在意识形态领域，马克思主义常常遭遇诟病的原因，却恰恰是因为意识形态‘信仰’”。^①当代社会，多样化和快速变化的特点，使“人们的认同处于不断的建构—破裂—建构过程中，剧烈变化的现实往往使得一种认同刚刚确立，瞬间又变得虚无缥缈了。”^②当代中国社会尚未定型，矛盾凸显，日益激烈的市场竞争、日趋多样的分配方式和利益关系等因素加速了现代民众价值观念与意识形态认同的选择性、多变性、差异性。旧的价值观被打破，新的价值观尚未确立，人们不再盲目地信仰某种意识形

① 陈冬生：《马克思主义意识形态理论与当代中国意识形态建设研究》，《中共中央党校学报》2011年第4期。

② 王成兵：《当代认同危机的人学解读》，中国社会科学出版社2004年版，第15页。

态。主流意识形态的合法性遭到一定的质疑，甚至出现了信仰危机。多样化价值观念影响下，一些人丧失警惕，把西方腐朽的东西当成时髦；一些人借此机会鼓吹“价值多元论”，公开宣扬“马克思主义无用论”和“马克思主义过时论”，这些都在一定程度上动摇了人们对马克思主义的信仰和对走社会主义和共产主义道路的坚定信念。甚至当前学术界也存在“主动放弃”马克思主义意识形态阵地的现象。一部分学者经不住西方意识形态的蛊惑，不信马克思主义而信西方的资本主义学说特别是西方经济学说，宣扬“意识形态终结论”，主张价值中立，甚至在教学和科研中躲避现实的意识形态，无意之中成了资本主义意识形态的宣传机器，落进了西方资产阶级意识形态的陷阱。

总之，市场经济条件下，多样化的价值观念使马克思主义指导地位不断削弱和边缘化，从而造成很多人对原有理想、信念的怀疑和动摇，导致很多人价值取向的迷失和混乱。

第二，全球化弱化本土化：西方强势文化的渗透削弱了党的意识形态传播效果。全球化是一把双刃剑，一方面它促进了世界生产力和国际分工的迅速发展；另一方面它对一个国家的主权、主流意识形态、甚至文化传统，经济方式都造成了巨大的冲击。全球化本来是一种客观历史进程，但由于人为的主观参与，因而本身就具有了强烈的意识形态性。物质决定意识，经济决定政治，以美国为首的发达资本主义国家在经济和科技上的强势，决定了在其在全球化过程中的主导性地位。因此，无论是从物质层面的（经济）全球化，还是精神层面的（政治、文化）全球化都日益沦为资本主义意识形态进行全球扩张与渗透的工具。因此，可以说，“全球化作为一种话语似乎变得越来越普遍，但是对它的最热情的宣传是来自旧的权力中心，尤其是来自美国，因而实际上更加剧了霸权企图的怀疑，经济和政治权力也许比早先更具有消解中心的色彩”^①。

① [美] 阿里夫·德里克：《全球化的形成与激进政见》，见王宁、薛晓源主编：《全球化与后殖民批评》，中央编译出版社 1998 年版，第 2—3 页。

在意识形态领域，西方国家从未放松过对社会主义国家的渗透。苏联就是前车之鉴。美国学者大卫·科茨在研究分析苏联解体的原因时指出：“应该说，对苏联的解体，美国和西方确实起了很大的作用，但这种作用主要不是政治和经济方面的，而是以自由主义为代表的意识形态，非常有效地渗透到了苏联知识分子和党的干部的思想中。”^① 伴随着经济全球化的推进，西方国家加大了对社会主义国家尤其是对我国的意识形态渗透。西方在意识形态战略上，以全球化为载体，采用了经济、政治、文化三者相结合的方式，经济是其基础，文化渗透和传播是其战略，和平演变是其根本目的。一方面，以美国为首的西方资本主义发达国家凭借其经济上的绝对优势和对网络等高新技术的控制，经常通过现代信息化方式和各种传播媒介向全世界倾销其文化产品。通过宗教、电视、电影、报刊、杂志、网络等多种途径传播西方的生活方式和价值观念，通过电脑软件、音像制品、书报画刊等文化消费，“寓教于乐”地对我国民众尤其是青少年一代进行“洗脑”。西方国家将文化作为其意识形态的“外衣”，通过所谓“全球文明”“普世价值”“文化全球化”的巧妙包装，将资本主义意识形态以其潜移默化的方式渗透在人们的日常生活中。有资料显示，美国在世界文化产业和文化出口中一直处于强势地位，也是全球出口最多的国家。目前，美国控制了世界75%的电视节目和60%以上广播节目的生产和制作，每年向其他国家发行的电视节目总量达30万小时。美国的电影生产总量占世界电影产量的6.7%，却占据了世界总放映时间的一半以上。^② 另一方面，以各种“学术交流、基金会”等为载体，通过跨国公司、通过开展国际间的经济、政治和文化交往，特别是利用设立奖学金、召开研讨会，开展合作研究等方式在潜移默化中达到和平演变的目的。“和平演变”是西方国家意识形态渗透的根本目的。当“和平演变”取得丰硕成果时，即苏联解体，西方国

① [美] 大卫·科茨：《一位美国学者对苏联解体的分析》，《真理的追求》2000年第7期。

② 参见陈秋福：《美国的文化战略》，《学习时报》2012年1月9日。