



马克思主义与当代研究丛书

价值自觉与文化领导

——文化产业发展中主流意识形态的责任及其实现研究

JIAZHI ZIJUE YU WENHUA LINGDAO

WENHUA CHANYE FAZHANZHONG ZHULIU YISHI XINGTAI DE

ZEREN JIQI SHIXIAN YANJIU

胡晶晶 / 著



合肥工业大学出版社
HEFEI UNIVERSITY OF TECHNOLOGY PRESS

河海大学文科基金资助出版

价值自觉与文化领导

——文化产业发展中主流意识形态的责任及其实现研究

胡晶晶 著

合肥工业大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

价值自觉与文化领导——文化产业发展中主流意识形态的责任及其实现研究/
胡晶晶著. —合肥:合肥工业大学出版社,2014.5

(马克思主义与当代研究丛书)

ISBN 978-7-5650-1835-0

I. ①价… II. ①胡… III. ①文化产业—产业发展—研究—中国 IV. ①G124

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第102682号

价值自觉与文化领导

——文化产业发展中主流意识形态的责任及其实现研究

胡晶晶 著

责任编辑 章建

出版发行 合肥工业大学出版社

地址 (230009)合肥市屯溪路193号

网址 www.hfutpress.com.cn

电话 总编室:0551-62903038

市场营销部:0551-62903198

开本 710毫米×1010毫米 1/16

印张 20

字数 318千字

版次 2014年5月第1版

印次 2014年6月第1次印刷

印刷 合肥星光印务有限责任公司

书号 ISBN 978-7-5650-1835-0

定价 52.00元



如果有影响阅读的印装质量问题,请与出版社市场营销部联系调换。

序（一）

出版学术著作文库，这是一件非常高兴的事。能为该丛书作序，这是我的荣幸。

2013年上半年，教育部学位与研究生教育发展中心发布2012年学科评估结果，在全国121个高校马克思主义理论学科的评估中，河海大学马克思主义理论学科全国排名并列第九位。2013年，以教育部长江学者沈壮海教授主持的课题组对全国高校思想政治教育学科博士点（马克思主义理论学科的二级学科）进行调查分析，河海大学思想政治教育学科综合学术成果产出在全国排名第五位^①。而最近几年来，河海大学在全国高校排名通常居六十多位。由此表明，河海大学是以理工科（水利学科）为特色的全国重点大学，但其马克思主义理论学科的实力较强，在全国高校居于前列。

这是令人十分高兴的成果，说明我们几辈人之为之努力的事业，获得了良好的成果。我于1993年担任社会科学系主任以来，一直在这个岗位上，见证了我校马克思主义理论学科发展历程。据我所知，杨书恩先生、周容如先生和符丕大先生等带领马列教研室、社会科学系的师生为该学科奋斗，开创了我校思想政治教育、行政管理、法学、文秘等本科专业和马克思主义哲学、自然辩证法、中共党史等硕士研究生专业，在思想政治理论课（当时称为政治理论课，后来称为“两课”）课程建设及教学方面居于

^① 排在前四位的分别为武汉大学、华中师范大学、中南大学、大连理工大学。教育部哲学社会科学发展报告建设项目“中国大学生思想政治教育发展报告”课题组：《思想政治教育学科博士点发展调查分析（上）》，《思想理论教育》2013年第10期（上），第39—48页。

江苏省高校前列，为后来的马克思主义理论学科和人文社会科学等相关专业建设打下了良好的基础，特别是他们在实践中积累形成的那种视野开阔、艰苦奋斗、开拓创新、不计名利的精神成为后来者的宝贵财富。

最近，新任校长徐辉教授到马克思主义学院调研，我说到马克思主义理论学科的发展要有三个基本条件。一是领导重视，从学校党委书记、校长到各部门领导重视马克思主义理论学科建设。这是河海大学的优良传统，历任书记、校长都重视这个学科的建设作用，充分肯定该学科做出的贡献，这也是继承了河海大学作为“红帽子大学”的革命传统。二是要有经费支持。三是师生自己要努力。我校马克思主义理论学科的发展，正是三个基本条件“系统合力”的结果。

今天出版一批学术成果，表明我校马克思主义理论及相关学科建设保持着持续发展势头，表明学科的整体学术力量不断壮大起来，也表明学术队伍在数量壮大、素质提升上越来越强，与我们国家的社会主义事业和中华民族伟大复兴同行，我们以我们的方式为河海大学发展和国家与人类事业正在积极做出贡献。我借此祝愿，河海大学马克思主义理论学科为马克思主义理论发展及教育事业，为提高学生思想政治素质发挥更大能量。

是为序。

孙其昂

2013年11月

序(二)

河海大学在新世纪的第一批文科文丛今天得以出版，作为马克思主义学院的院长，我深感荣幸！

马克思主义学院近年来在学校科研方面获得较大成就，先后获得国家基金 14 项、教育部人文社会科学基金 15 项、江苏省基金 18 项，面涉马克思主义、哲学、教育学等学科，这对于才 40 人的学院来说，获得的投入应该是好的。在产出方面，学院老师五年来在《马克思主义研究》《哲学研究》《新华文摘》等高等级刊物上发表论文 41 篇，CSSCI 论文 200 余篇，为马克思主义学院在教育部学位与研究生教育发展中心 2012 年学科评估中获得第九名立下汗马功劳。然而，在书籍出版方面，我们一直苦于没有有力的抓手，没有将老师尤其年轻人的学术成果转化为学生产品。此虽为憾，但是今天我们排除困难，终于让这些青年教师和博士生的成果得以和读者见面了。

马克思主义学院成立于 2011 年。马克思主义学院的历史最早可以追溯到 1952 年刚刚成立华东水利学院之初以王克为负责人的马克思主义教学小组。经历这些年的分分合合，我们已经拥有马克思主义理论博士后流动站，具有马克思主义原理、思想政治教育两个博士点，马克思主义一级学科硕士点和思想政治教育本科专业；我们的存在说明河海大学马克思主义教学和研究的生命力，也证明我们是一所传承着杰出校友张闻天精神的名副其实的“红帽子”大学。

当今社会，如何构建中国特色、中国气派的话语体系，是学者尤其年轻学人应该考虑的问题。文丛在意识形态的怀疑与坚守当中、在法律与道德的交锋当中、在绵绵西语与盈盈东调的对话当中，正经历着一场与中国



价值自觉与文化领导

——文化产业发展中主流意识形态的责任及其实现研究

的改革开放同样的波澜壮阔。民族自尊、文化自强、道路自信的思想被冲激出来。说到底，我们正在为一个民族伟大而富强的梦编织光环，我们已经走向世界，在与古今中外的交流中秉持一种影响全球的文化力。

“人世漫长，人世艰辛，我仍然希望。”（沈浩波《蝴蝶》）文丛是年轻人成长的阶梯，是燃向黎明的一支支火炬。你们播种的，将以光明奉还。

余达淮

2013年11月17日

马克思主义与当代研究丛书

编 委 会

主 任：郭继超

副主任：余达淮 万国彤 史安娜

委 员：孙其昂 刘爱莲 黄明理 戴 锐

金林南 王志峰 黄世虎 单连春

目 录

第一章 绪论	(001)
第一节 研究的缘起	(001)
一、现实背景	(001)
二、研究问题的界定	(003)
三、研究意义	(007)
第二节 国内外研究现状述评	(008)
一、文化产业与意识形态关系的国外相关研究	(009)
二、文化产业与主流意识形态的国内研究	(012)
三、文化产业与意识形态研究的反思	(017)
第三节 研究说明	(018)
一、研究思路与方法	(018)
二、研究内容与主要观点	(019)
三、研究的重点、难点及创新点	(020)
四、技术路线及逻辑结构	(021)
第二章 文化产业与意识形态的研究起点	(024)
第一节 文化和意识形态	(024)
一、文化的界定	(024)
二、意识形态的界定	(027)
三、文化和意识形态关系的语义分析——基于莫兰的比喻	(036)

价值自觉与文化领导

——文化产业发展中主流意识形态的责任及其实现研究

第二节 文化产业的生产逻辑及其特质	(039)
-------------------------	-------

一、西方工业资本主义下精神生产的一般规律	(040)
----------------------------	-------

二、文化领导权与意识形态逻辑的内蕴	(043)
-------------------------	-------

三、从霍克海默到约瑟夫·奈：西方学者对文化产业 逻辑的揭示	(046)
--	-------

四、文化产业的特质	(061)
-----------------	-------

小 结	(063)
-----------	-------

第三章 文化产业在中国的发生及主流意识形态的责任	(065)
--------------------------------	-------

第一节 文化与意识形态关系在新中国成立前的认识	
-------------------------	--

及其实践	(066)
------------	-------

一、马克思主义科学理论的传入与文化的宣传工具作用	(066)
--------------------------------	-------

二、马克思主义阶级功能的实践与文化领导权的争夺	(073)
-------------------------------	-------

三、毛泽东对于文化与意识形态的认识	(078)
-------------------------	-------

四、《在延安文艺座谈会上的讲话》与文化秩序	(080)
-----------------------------	-------

第二节 “事业”到“产业”：文化建设形态转型的发生	(083)
---------------------------------	-------

一、计划经济体制下的文化事业与阶级高度	(083)
---------------------------	-------

二、市场化转型与文化产业的兴起	(088)
-----------------------	-------

三、文化产业的进一步发展及主流意识形态的调整	(102)
------------------------------	-------

第三节 文化产业与主流意识形态的现实境遇及挑战	(106)
-------------------------------	-------

一、全球化挑战：“国际性”名义下的影响力弱化	(106)
------------------------------	-------

二、社会转型挑战：“泛娱乐化”下的适应性不足	(113)
------------------------------	-------

第四节 责任：文化产业中主流意识形态现实影响力的发挥	(124)
----------------------------------	-------

一、文化领导权：主流意识形态责任提出的依据及 其实质	(124)
-------------------------------------	-------

二、建构、维护、批判：主流意识形态责任的内涵	(127)
------------------------------	-------

小 结	(132)
-----------	-------

第四章 文化产品创作中主流意识形态责任的实现	(134)
第一节 党政部门：文化产品创作的方针导向及制度建构	(136)
一、意识形态原则与市场原则	(138)
二、以社会主义核心价值观体系引导文化产品的创作	(143)
三、“主旋律”的调整及其现实影响力的发挥	(149)
四、行政手段下的创作许可制	(153)
五、文化事业应有的示范作用及其尴尬地位	(155)
第二节 文联与作协：文化产品创作者的组织化建设	(158)
一、中介位置：文联与作协的定位与功能	(159)
二、创作领导的“虚位”及其危机	(163)
第三节 评奖与评论：“象征资本”的颁发与创作的引导	(168)
一、评奖的荣誉光环及其权威性挑战	(168)
二、评论的引导与反馈功能及其资本转向	(173)
第四节 个人的力量与知识分子的定位	(182)
一、共有媒体下的个人	(182)
二、新文化媒介人：知识分子的参与与恪守	(189)
小 结	(197)
第五章 文化产品传播过程中主流意识形态责任的实现	(199)
第一节 产业下文化产品的传播与主流意识形态责任体现	(200)
一、注意力经济下的文化产品传播	(200)
二、互联网的意义	(208)
三、维护与弘扬：文化产品传播中主流意识形态的责任	(213)
第二节 党政部门：市场准入的审查与规范	(218)
一、市场准入的审查	(218)
二、政策法规的规范	(225)

第三节 传媒的自律与媒介行业组织的引导	(229)
一、传播媒体的社会责任承担	(229)
二、媒介行业组织：自律与行业监督	(237)
第四节 建立多位一体的社会监督	(243)
一、社会团体的监督	(244)
二、公众监督	(249)
小 结	(252)
第六章 文化市场监管中主流意识形态责任的实现	(254)
第一节 文化市场与主流意识形态的责任	(255)
一、文化市场的非对称与文化公害：当下文化市场的境遇	(255)
二、文化市场监管中主流意识形态的责任体现	(264)
第二节 政府部门：综合行政执法下的导向	(266)
一、政府监管模式的选择	(266)
二、健康氛围：法律法规对市场的塑造	(270)
三、经济方式的运用与市场监管制度在责任方面的确立	(274)
第三节 社会监督与行业自律	(282)
一、加强传媒对文化市场的监督，拓展社会监督的表达 途径	(282)
二、公众监督及公众参与的文化市场监管机制	(284)
三、社会团体及行业组织的监督	(286)
小 结	(288)
第七章 结语	(289)
参考文献	(292)
后 记	(305)

第一章 绪论

第一节 研究的缘起

一、现实背景

文化产业无疑是这个时代最令人振奋的一个话题。随着世界性产业结构的调整以及文化领导权战略的进一步强化,文化产业正逐步地成为国民经济的支柱性产业,并深深地楔入当代社会的制度结构与人们的日常生活之中,成为全面推动我国社会主义文化大发展大繁荣的重要力量。作为这个时代一大重要的主题——意识形态,显然并没有因这种日益关注经济议题的趋势而淡出人们的视线。进入新世纪以来,我国意识形态领域正发生重大变化,主流意识形态感性化、生活化趋势也不断凸显。这就要求我们在进行主流意识形态理论建构及创新的同时,更注重实践方式的创新。文化产业是当前加强主流意识形态建设的重要载体。事实上,人们早已对文化产业在提升人文综合指标、加强意识形态渗透力方面的作用做出了探究,涉及的命题包括了意识形态的领导权、意识形态在工业社会的新特征和新作用、文化软实力等内容,并在国际战略的深化中将文化产业与国家文化安全相联系,从国家安全层面赋予了文化产业重要的战略意义。这正如胡惠林所指出的,“新的国际文化秩序的建立和文化力量格局的重组,正沿着文化产业这条中轴线展开”^①。

^① 胡惠林:《文化产业发展与国家文化安全》,广东人民出版社2005年版,第1页。

在我国，文化一直是意识形态生产、管理的重要内容和载体，注重主流意识形态下精神的引领和信仰的形成，并以此建立起我国文化体制和文化建设内容。而随着我国经济体制和文化体制改革的进一步深化，随着文化与意识形态关系认识的重新定位，这个发端于美国、广泛流行于欧洲的文化产业形态在我国逐渐地形成和发展起来。文化产业的经济效益不断凸显。国家统计局依据相关资料统计指出，2012年，我国文化产业总值突破4万亿。2013年我国文化产业增加值将达到2.1万亿元，约占GDP的3.77%。

这一片繁荣景象确实让人们心潮澎湃。但在巨大的经济效应背后，人们却不得不面对这样的问题：文化产业正以不可抗拒的态势和速度影响着中国的未来，但一切以娱乐方式出现的文化产业使人们的价值观变异也成为不争的事实。原先的“社会意义”正被文化产业所塑造的一系列价值观所颠覆、重构，文化产业失范、民族传统和历史的丢失、国民信仰的缺失等问题凸显，主流意识形态的现实影响力和主流价值观受到愈益严峻的挑战。

这样的—一个结果，显然是由市场化、产业化的强大力量所带来的冲击和后果。可事实上，每一个国家在经历文化产业化过程之中都面临着这样的困境。西方国家以宗教文化的虔诚缓冲着世俗的冲击，遏制着社会道德无底线地下滑，而我们今天该如何去做？在文化产业的命题中主流意识形态该如何应对这种挑战？

伯纳德·刘易斯曾言：“当人们认识到出了错误时，他们可能提出两种问题。一种是问‘我们做错了什么？’另一种是问‘这是什么人搞的？’后者使他们琢磨是谁在搞阴谋，导致偏执狂。前者则会引出另一种思索：‘我们怎样来纠正？’”^①但当我们目光投向主流意识形态如何加强对文化产业的现实影响力、如何实现文化产业社会效益与经济效益统一的命题时，却遭遇了另一些尴尬。一是，主流意识形态斥责文化产业因内容庸俗导致主流价值观的现实影响力弱化的同时，人们也在指责意识形态僵化的话语模式对文化产业的扼杀。人们似乎普遍相信，文化产业应是非政治

^① 转引自[美]亨廷顿、哈里森主编，程克雄译：《文化的重要作用：价值观如何影响人类进步》，新华出版社2010年版，第52页。

性、非意识形态性的，减少意识形态模式的约束是促进文化产业发展甚至是解决制约我国经济发展结构性矛盾的关键因素。二是，当主流意识形态借助各种举措积极引导文化产品以及文化市场发展时，我们却发现其与文化产业所遵循的市场、产业逻辑并不相契合，而最应集中体现主流意识形态对文化产业引导意志的部门也正以产业化名义在文化市场中大行其道。“文化搭台、经济唱戏”甚至是“政府搭台、经济唱戏”的现象大量存在，例如各地政府为名人故里之争、央视春晚大量商业广告的植入等。三是，主流意识形态以思想性、艺术性、观赏性相统一的标准衡量文化产品，呼吁文化产业承担起应有的社会责任，但在文化产业发展态势下怎样呼吁？又该如何将思想性、艺术性、观赏性标准真正融入文化产品之中，而不是仅停留于表面的号召？这些命题在当下仍然缺乏有效的探究。而这却是主流意识形态处理其与文化产业关系、回应如何有效引导的关键所在。

面对这些实际问题，我们该以何种理论姿态来应对？目前，学术界将问题的关注点多集中于文化体制改革的进一步深化、党政部门的整体定位等方面，但是如何在主流意识形态导向下形成主体自觉的问题却较少涉及。有鉴于此，本书提出并围绕“主流意识形态责任”的主题而展开，以此在文化产业语境之中细化党的文化领导权理论，使党政部门以及文化产品的创作生产者、传播者、监督者等主体，在主流意识形态的导向下能够自觉地承担起建构、维护、批判文化的责任。

二、研究问题的界定

“如果说我们能从经济发展史学到什么，那就是文化会使局面几乎完全不一样。”^①对于文化产业而言，其意义并不简单是文化进入产业化领域，形成一种新的文化建设形态，而是它以一种轻松快乐、经济效益的方式重新确立了人们与当代社会秩序的关系，形成了文化、资本、意识形态“三位一体”的逻辑方式。事实上，文化产业所体现的消费文化在今天“既不表明某种控制出现了失控，也不表明它就是某种更为严厉的控制，而是既掌握了正式的控制又把握着解除控制，并在这两者之间轻易地转换

① [美] 亨廷顿、哈里森主编，程克雄译：《文化的重要作用：价值观如何影响人类进步》，新华出版社2010年版，第47页。

交切的一种弹性的、潜在的生成结构”^①。也正因为如此，如何应对文化产业的这种生成结构成为当下主流意识形态研究的显性命题。如果说，现有研究中，文化产业背景下的主流意识形态建设、主流意识形态认同等相关命题是对主流意识形态自身发展做出的探寻，那么主流意识形态责任则是对如何通过主流意识形态的努力整合文化、资本、意识形态逻辑的探究。这种努力并不是单纯地从意识形态角度谈论应如何控制又或是引导的问题，而是重新理解文化产业与主流意识形态的关系以及如何实现的现实选择，是对文化领导权在文化产业命题下的新的揭示。而在展开具体研究之前，笔者首先对本书研究的一些基本问题做一些简要的说明。

文化产业自从在《启蒙辩证法》一文中被正式提出以后，虽在理论上获得了大异其观的理论旨趣，但学界对“什么是文化产业”的基本问题依旧莫衷一是，就连文化产业的名称也没有形成统一的称谓。阿多尔诺和霍克海默最初使用的是“cultural industry”（文化工业），美国称为“copyright industries”（版权产业），英国、澳大利亚等国家称为“creative industries”（创意产业），西班牙称为“cultural entertainment industries”（文化娱乐产业），德国、荷兰、韩国等国家称之为文化产业，我国称之为文化产业，而在我国的台湾地区又被称为创意文化产业（creative cultural industries）。

文化产业有着多重含义，这本身反映了文化产业概念的丰富性和不确定性。对于文化产业的界定和认识，主要有“学院派”和“应用派”之分。“学院派”重点关注文化产业中的文化部分，基于“理论—意识形态”的认识来界定文化产业。“应用派”则侧重于文化产业的经济性，强调文化产业的生产、流通、工业标准等问题。总体而言，目前学界主要是从以下五个方面来对文化产业进行界定。

一是以工业标准定义文化产业概念。这种定义方式主要集中于各国政府的官方定义以及宏观、微观的经济发展分析中。如联合国教科文组织以批量、连续的工业性标准来界定“文化产业”，认为文化产业即是“按照工业标准生产、再生产、储存以及分配文化产品和服务的一系列活动”。这种工业性标准则包括标准化、规模化、专业化、连续性。

^① [英] 迈克·费瑟斯通著，刘精明译：《消费文化与后现代主义》，译林出版社2002年版，第39—40页。

二是基于产品的性质将文化产业定义为“向消费者提供精神产品或服务的行业”^①。这一定义强调的无疑是产业，注重“供给—需求”的满足。而文化产业之所以与一般产业不同，则在于其所提供的是特殊的产品——精神产品。

三是注重文化所赋予的意义、内容的独特性，将文化产业定义为“生产文化意义内容的商品和服务产业”。这一定义主要是将文化产业视为文化意义内容生产的一种形态，强调其提供形式的商品性。

四是基于文化活动的独创性，以文化产业的核心内容界定文化产业。如澳大利亚麦觉里大学经济学教授、前国际文化经济学会主席大卫·索斯比在其《经济学与文化》一书中认为：文化产业是以创造性思想为核心向外延伸与扩大，以“创造”为核心并与其他各种投入相结合而组成各类文化产品的经济集团^②；芬兰文化委员会认为，文化产业就是把文化和艺术的创作看作是企业行为^③；也有学者将文化产业核心内容理解为版权，由此将文化产业理解为“以版权产业为核心的提供精神产品的生产和服务的产业”^④。

五是综合界定文化产业概念，并强调对象及功能的满足。如我国制定的《文化及相关产业指标体系框架》中将“文化产业”界定为：“为社会公众提供文化、娱乐产品和服务的活动，以及与这些活动有关联的活动的集合。”张曾芳、张龙平在此基础上进一步指出，广义的文化产业，是指生产文化产品或提供文化服务以满足社会需要的各类行业门类的总称；狭义的文化产业，是指生产文化产品或提供文化服务以满足社会精神需要的各类行业门类的总称，它排除指向于物质生产和物质生活领域的文化活动^⑤。

以上五种定义分别从不同角度对文化产业进行界定，这无疑有助于我们更好地理解文化产业。笔者认为，其中第五种定义更适合我国当前的文化建设状况。这是因为该定义在对象上指明了社会公众，强调文化产业是

① 张晓明、胡惠林、章建刚：《迎接中国文化产业发展的新时代》，引自江蓝生、谢绳武主编《2001—2002年中国文化产业蓝皮书》，社会科学出版社2002年版，第2页。

② David Throsby. *Economics and Culture*. Cambridge University Press, P112—113.

③ 冯子标、焦斌龙：《分工、比较优势与文化产业发展》，商务印书馆2005年版，第34页。

④ 周冰：《大力发展文化产业》，《光明日报》2005年6月7日。

⑤ 张曾芳、张龙平：《论文化产业及其运作规律》，《中国社会科学》2002年第2期。