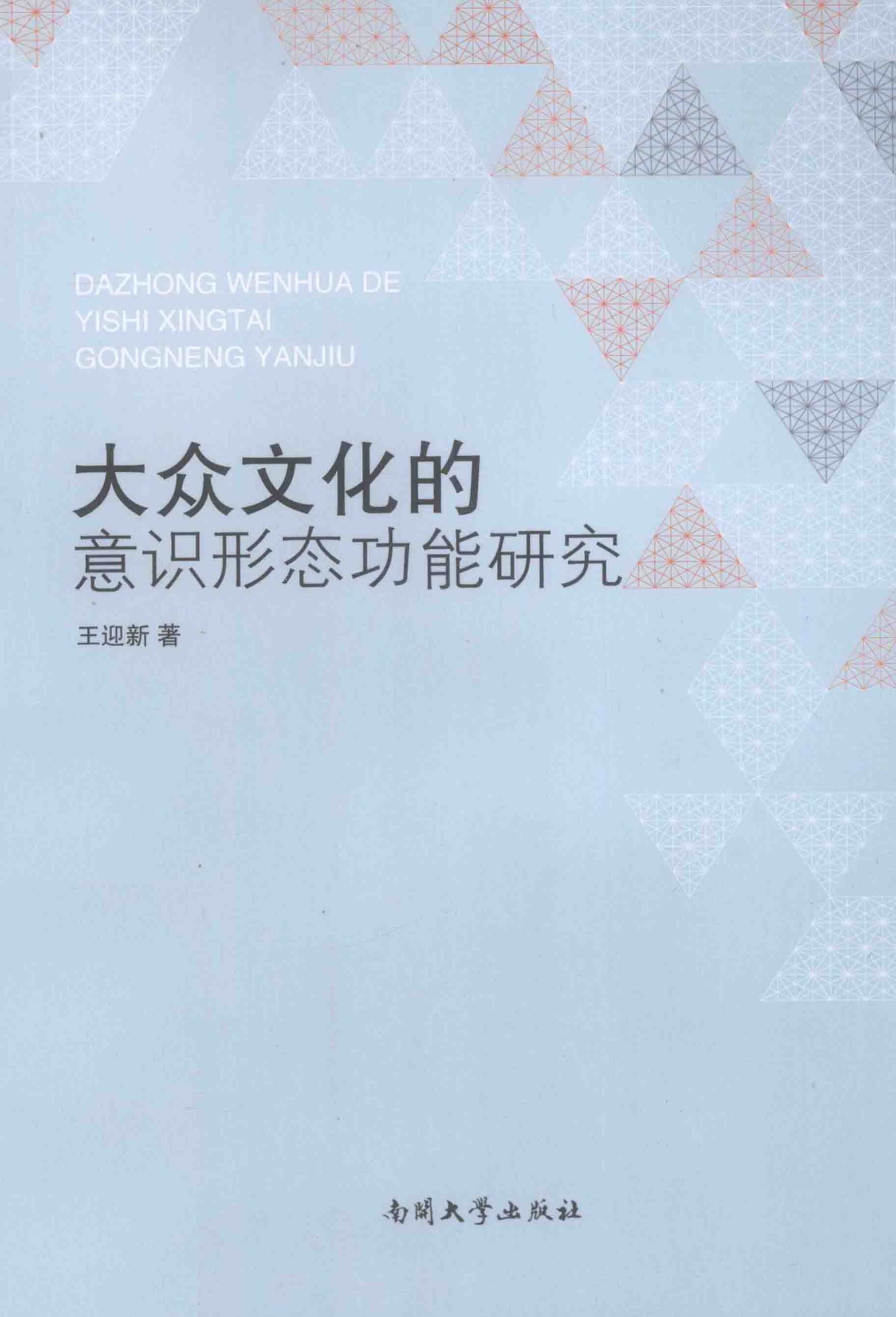




DAZHONG WENHUA DE
YISHI XINGTAI
GONGNENG YANJIU

大众文化的 意识形态功能研究

王迎新 著

南开大学出版社

大众文化的意识形态 功能研究

王迎新 著

南开大学出版社
天 津

图书在版编目(CIP)数据

大众文化的意识形态功能研究 / 王迎新著. — 天津:
南开大学出版社, 2014. 6

ISBN 978-7-310-04512-9

I. ①大… II. ①王… III. ①群众文化—研究
IV. ①G24

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 120980 号



侵权必究

南开大学出版社出版发行

出版人: 孙克强

地址: 天津市南开区卫津路 94 号 邮政编码: 300071

营销部电话: (022) 23508339 23500755

营销部传真: (022) 23508542 邮购部电话: (022) 23502200

*

天津泰宇印务有限公司印刷

全国各地新华书店经销

*

2014 年 6 月第 1 版 2014 年 6 月第 1 次印刷

230×160 毫米 16 开本 18.375 印张 2 插页 262 千字

定价: 36.00 元

如遇图书印装质量问题, 请与本社营销部联系调换, 电话: (022) 23507125

前言

随着中国改革开放和社会主义市场经济的深入发展，大众文化已成为中国人民文化消费的主要内容，这种文化消费模式不仅改变着人们的工作、生活和思维方式，而且在当前社会的政治、经济和文化领域的整合作用突显，表现出强大的意识形态功能。大众文化的意识形态功能研究是以马克思主义意识形态理论为指导，分析西方思想家有关大众文化意识形态功能分析的理论，运用跨学科的方法，全面研究分析中国大众文化的意识形态功能，正确规范和引导大众文化，把它纳入到国家管理的范围和正确的发展轨道上来，让大众文化成为国家软实力的重要组成部分，对于当前社会主义意识形态建设和文化发展，具有重要的理论意义和现实意义。

本书共分7部分，导论部分介绍了大众文化的意识形态功能的研究意义，国内外的研究现状；第1章大众文化和意识形态的基本问题的澄清，研究了大众文化与意识形态的关系；第2章分析西方大众文化理论主要学派的大众文化理论，梳理大众文化发展的历史渊源，选取法兰克福学派的大众文化批判理论，鲍德里亚的消费文化理论和费斯克的大众文化抵抗理论，进行大众文化意识形态功能的理论分析；第3章至第5章是本书的主体部分，也是本书的理论创新部分，第3章从政党角度分析大众文化的意识形态控制功能，意识形态控制是现代政治国家进行统治的重要方式，其关键就是采用哪种方式和渠道进行，大众文化正好是最佳形式。葛兰西的文化领导权与阿尔都塞的文化的意识形态论述了大众文化意识形态控制的理论基础，阐述了大众文化意识形态控制的特点和主要方式，最后分析了大众文化意识

形态控制的实现机制；第4章从大众文化制作商角度分析大众文化的意识形态渗透功能，大众文化的渗透性是为其获得商业利润的杀手锏。消费社会的存在是大众文化发展的现实环境，也是大众文化意识形态渗透的推动器，大众文化生产制作者利用视觉符号的技术手段操控着大众文化意识形态渗透的源头；大众集体无意识、平民意识、现代受众意识是大众文化与意识形态共谋的主要表现形态；大众的社会心理机制的分析展示出大众文化意识形态渗透的作用形式；第5章从大众个体角度分析大众文化的意识形态逃离功能，大众的能动性，作者式文本和大众的主动抵抗性是分析大众文化意识形态逃离的动力；注重娱乐消遣狂欢化、选择沉默、积极建构新的文本意义是大众文化意识形态逃离的主要特征，意识形态逃离为大众提供心理抚慰，宣泄大众情绪，化解现实社会矛盾，同时后现代思维会解构主流价值文化、导致人文精神失落、造成文化生态失衡；选取女性文化，青年亚文化，草根文化形态分析大众文化意识形态抵抗或逃离的意义；第6章论述了中国特色大众文化的意识形态功能研究的构建策略。当代中国的大众文化发展的时代特征、大众文化与多元意识形态的发展，主流意识形态与大众文化的关系，大众文化的积极效应和消极效应都是构建有中国特色社会主义文化应思考的问题，提出建设中国特色大众文化应遵循的主要原则和需要处理好的几种关系。从宏观上对中国大众文化的发展进行科学规划和中国特色大众文化意识形态建设的基本构建，从微观上社会主义核心价值观体系为大众文化发展提供思想保障、寻求大众文化与意识形态契合点，提升自身建设质量、深化文化体制改革，为大众文化发展提供制度化保障、优化文化发展环境，促进中国特色大众文化的健康发展。

本书是在作者博士论文基础上修改而来，得到了教育部人文社会科学专项任务项目“推动当代马克思主义大众化的实践经验研究”（编号09JD710040）、“中国社会发展的阶段性特征对大学生思想观念的影响研究”（编号12JD710025）、天津市教育科学十二五规划项目“学校文明礼仪活动的德育功能研究”（编号CE4006）、南开大学亚洲研究中心项目“成年仪式的社会学分析”（编号AD0704）的资助，对于大

前 言

众文化的意识形态功能进行了系统地研究，一些研究成果已在国内外重要的学术期刊上发表。

在本书的写作过程中，得到了南开大学平章起教授的全面指导和帮助，天津商业大学张立毅教授、初明利教授、南开大学李伟博士也给予了重要的帮助和建议，同时本书参阅和引用了部分国内外学者的相关文献，在此一并致以诚挚的谢意。

由于作者的水平有限，书中难免会出现一些疏漏和不妥之处，恳请读者批评指正。

作 者

2014 年 3 月

目 录

导 论	1
第一节 大众文化意识形态功能研究的意义	1
一、理论意义	2
二、现实意义	3
第二节 大众文化国内外的研究现状	5
一、国内研究现状	5
二、国外研究现状	9
第三节 大众文化意识形态功能研究的方法与内容	14
一、大众文化意识形态功能研究的方法	14
二、大众文化意识形态功能研究的内容	18
第四节 大众文化意识形态功能研究的背景和结构	21
一、大众文化意识形态功能研究的背景	21
二、大众文化意识形态功能研究的结构	24
第一章 大众文化和意识形态概述	26
第一节 关于大众文化	26
一、文化与大众文化	26
二、大众文化与其他文化形态的关系	33
三、大众文化的本质特征	36
四、大众文化的主要功能	41
第二节 关于意识形态	45
一、意识形态的涵义	45
二、马克思主义语境中的意识形态	48

大众文化的意识形态功能研究

三、意识形态的主要功能	50
第三节 大众文化与意识形态的关系	55
一、大众文化与意识形态的辩证关系	56
二、大众文化意识形态功能的矛盾统一	58
第二章 大众文化意识形态功能研究的历史溯源	61
第一节 大众文化霸权理论	61
一、法兰克福学派的文化工业批判的思想渊源	62
二、文化工业批判理论的主要内容	70
三、法兰克福学派的文化工业理论的意识形态功能分析	72
第二节 大众文化符号消费理论	74
一、鲍德里亚的符号消费理论的缘起	74
二、鲍德里亚符号消费理论的主要内容	78
三、鲍德里亚符号消费理论的意识形态功能分析	81
第三节 大众文化抵抗霸权理论	82
一、从法兰克福学派到伯明翰学派：大众文化的转向	83
二、费斯克大众文化理论的思想资源	85
三、费斯克的大众文化理论的主要内容	89
四、费斯克的大众文化抵抗霸权的意识形态功能分析	92
本章小结	93
第三章 大众文化的意识形态控制功能	95
第一节 文化领导权与文化的意识形态	96
一、大众文化与意识形态控制	96
二、关于文化的领导权理论	101
三、关于文化的意识形态理论	103
第二节 大众文化意识形态控制的特点和主要方式	105
一、大众文化意识形态控制的主客体	105
二、大众文化的意识形态控制的基本特点	106
三、大众文化意识形态控制的社会作用	112
四、大众文化意识形态控制的实现途径	119
第三节 大众文化意识形态控制的实现机制	125

一、大众文化意识形态控制的社会心理机制	125
二、大众文化意识形态控制多元化背景下的文化自我认同	128
本章小结	131
第四章 大众文化的意识形态渗透功能	133
第一节 大众文化意识形态渗透的现实背景和技术环境	133
一、消费社会：大众文化发展的现实环境	134
二、视觉符号的再现：大众文化意识形态渗透的技术环境	136
三、生产者主权：大众文化意识形态的制作源头	139
第二节 大众文化与意识形态共谋的表现形态和主要载体	143
一、大众文化与意识形态共谋的表现形态	143
二、大众文化意识形态渗透的主要载体	153
第三节 大众文化意识形态渗透的社会心理机制	162
一、通过思想灌输控制人的思想和行为	162
二、通过形象启发进入人们的心理结构	165
本章小结	169
第五章 大众文化的意识形态逃离功能	171
第一节 大众文化的意识形态逃离的动力	171
一、从研究视角来肯定大众的能动性	172
二、从研究方法来分析大众生产者式文本	174
三、从接受论角度来突出大众的主动抵抗	175
第二节 大众文化的意识形态逃离的特征和效应分析	176
一、大众文化的意识形态逃离的特征	177
二、大众文化的意识形态逃离的积极效应	180
三、大众文化的意识形态逃离的消极效应	183
第三节 大众文化的意识形态逃离的典型形式（类型）	185
一、女性文化的抗争	186
二、青年亚文化的风格	193
三、草根文化的创新	199

大众文化的意识形态功能研究

本章小结	207
第六章 中国大众文化意识形态建设的对策思考	209
第一节 中国大众文化与意识形态的多元化	210
一、当代中国的大众文化的发展特点	210
二、主流意识形态与大众文化的关系（矛盾与冲突）	216
三、全球化进程中的中国大众文化	221
第二节 中国大众文化意识形态建设的战略思考	229
一、大众文化意识形态建设的指导原则	229
二、当前发挥大众文化意识形态功能需要处理好的几种 关系	234
第三节 现阶段中国特色大众文化意识形态建构的发展策略	238
一、当前中国大众文化意识形态建设的意义	238
二、中国特色大众文化意识形态建构的路径选择	243
本章小结	259
结 语	261
参考文献	265

导 论

第一节 大众文化意识形态功能研究的意义

我们生活在一个大众文化时代，人们的生活空间里随处可见大众文化产品的身影，电影、电视、广告、网络、流行音乐和动漫画等产品成为人们日常生活中主要的娱乐选择方式。大众文化是 20 世纪 30 至 40 年代在西方社会出现的一种文化现象，随着社会的发展，现在大众文化已经成为世界范围内一种重要的文化形态和文化消费的主要内容，在大众日常生活中发挥着越来越重要的作用。

随着全球化浪潮及社会主义市场经济的深入发展，大众文化正以各种形式广泛渗透于中国人日常生活的各个领域。大众文化消费已成为中国普通百姓不可或缺的生活需求，这种消费模式正在深刻地改变着人们的生产、生活和思维方式，潜移默化地影响甚至塑造着人们的思想和观念，成为人们交流沟通、表达思想的主要方式，成为大众参与公共事务的一种重要渠道。在全球化背景下，由于资本主义自由市场的不断扩张，西方国家凭借经济、科技上的优势把自己的政治制度、价值观念强加给其他发展中国家，利用一切机会来同化、西化、分化社会主义国家，大众文化已成为意识形态领域争夺的一个重要阵地。

大众文化的意识形态功能研究

意识形态的理论研究一直是社会科学研究中的焦点所在，而大众文化作为一种文化形式，历来与意识形态密切联系，从某种意义上说，大众文化就是意识形态的载体。特别是在今天，文化成为商品，物品使用价值的消费已经逐步被符号价值的消费代替，大众文化正铺天盖地席卷全球。大众文化对大众的影响是以往任何文化形式都无法比拟的，它影响大众的价值观念和审美标准，颠覆和解构现实生活中的权威，表现出强大的意识形态功能。

在今天的中国，有许多社会问题成为理论界关注的热点，诸如分配不公、贫富差距、农民问题、东西部差距以及对改革开放的评价等，这些都和“意识形态”问题息息相关。那么认真面对这些社会转型过程中引发的意识形态问题，从全新的视野中探索如何保持社会的凝聚力，如何保持马克思主义意识形态的主导地位，社会主流意识形态如何向商品转化，在什么样的“意识形态”氛围中完成这些工作，就成为关键的问题了。

大众文化的意识形态功能研究是理论研究的一个突破点，是当前社会主义意识形态建设的一项崭新课题，正确分析当代中国大众文化的意识形态功能不仅为当代中国大众文化自身合理发展提供理论借鉴，而且对于社会和谐进步发展也能产生一定的促进作用。

一、理论意义

首先，大众文化研究对人类社会生活的理论指导意义。中国的大众文化研究工作开展已经近三十几年了，大众文化现象在社会生活中的蓬勃发展吸引了理论界极大的研究热情，这在中国的学术研究中是不多见的。大众文化研究者基于不同的背景、视角及理论基础来研究这种文化现象，一些研究成果相继面世，但是相对于大众文化的发展变化速度，大众文化理论研究明显滞后。而理论研究的意义就在于关注现实生活并指导现实生活。现实生活中的大众文化已成为影响人们的价值选择和生活方式的指向，因此，对大众文化问题的研究，实际是人们对目前现实生存状况的一种探求。

其次,大众文化研究对社会政治理论发展的意义。迄今为止,对大众文化的理论研究,多见于从哲学、社会学、政治学、文学等学科视角进行理论研究和阐释;内容上,主要涉及大众文化研究的社会历史背景、内涵、基本特征、合理性、具体途径。从大众文化意识形态功能的视角进行理论研究还相对薄弱,相关的理论成果比较匮乏,更缺少系统性的理论成果。从意识形态功能角度来研究大众文化,对于当前中国构建和谐社会有深刻的意义。构建社会主义和谐社会是当前我国经济、政治、社会生活领域的重大主题,党的十六届六中全会审议通过了《中共中央关于构建社会主义和谐社会若干重大问题的决定》,其中首次强调了“建设和谐文化是构建社会主义和谐社会的重要任务”^①,而大众文化融汇于整个社会的发展脉络之中,大众文化的发展是文化建设的重要组成部分,这方面的研究成果可以为国家建设提供精神动力和智力支撑,对于促进社会主义文化建设具有不可取代的重要作用。

此外,大众文化研究对文化理论发展的意义。在当今社会,文化的意义尤为重要。文化研究是目前人文社会科学研究中具有现代性的前沿课题,而大众文化研究是文化理论研究的前沿课题。由于大众文化涉及的范围广、包容性大,所以大众文化问题的有效研究与突破,客观上能够带动一系列的相关人文社会科学研究,推动文化理论研究的深化,对实现文化的大发展、大繁荣有一个整体性的推进作用。^②

二、现实意义

文化发展受时代状况所决定,对于大众文化的关注,也是对于社会发展的现实的关注和理解。^③探求大众文化的功能,唤起全社会对大众文化建设重要性的认识是理论工作者的时代责任。

^① 《中共十六届六中全会内容》,人民日报,2006年10月12日,16版。

^② 阮小波:《90年代以来中国大众文化研究的回顾与反思》,浙江师范大学硕士论文,2006年。

^③ 金民卿:《当代中国大众文化简论》,中共中央党校出版社2002年版,第5页。

大众文化承载的意识形态功能研究,有利于加速当代中国的社会转型,为社会改革的深入发展奠定坚实的文化基础,提供强有力的精神文化支撑。^①社会主义市场经济是中国选择的适合社会生产力发展的改革之路,这种以市场调节为主要手段的经济模式,不仅带来了经济利益分配的改变,而且也带来价值观和道德观的转变。在社会转型过程中,社会成员的收入差距不断地扩大,形成了不同利益阶层和利益集团,造成贫富差距的加大,这种经济利益上分化和新经济利益格局形成,已然影响到社会成员们的意识,也影响到整个社会意识,这是国家在进行社会有效管理时不能忽视的问题。在新的历史环境下如何面对这些社会思潮和意识形态的问题,如何保持马克思意识形态的主导地位,同样也是一项关乎社会主义核心价值观体系建设、社会主义和谐社会建设成败的重大任务。那么,大众文化的意识形态功能研究从根本上通过分析当前大众文化建设面临的新形势、新机遇与新挑战,提出当前和今后推动当代中国特色大众文化建设实践的新思路,为当前和今后推动当代中国特色大众文化建设提供指导和借鉴,为改革开放与社会发展奠定坚实的文化基础。

大众文化意识形态功能研究为政府决策提供科学的基础。改革开放三十年过程中出现的社会问题,如分配不公、贫富差距、农民问题、东西部差距以及对改革开放的评价等问题,都和“意识形态”问题息息相关,都是影响政府决策的主要因素,而采用文化引导方式作为直面问题、分析问题、寻求解决问题的方法应该是一种好的选择。大众文化是当下大众接触最多、消费最多的文化形态,并逐渐成为现代社会大众文化生活的最主要方式。大众文化在其发展过程中意识形态的功能日益明显且有许多变化,成为多元文化冲突和斗争的主要领域。研究大众文化的意识形态功能,对于推进当代中国马克思主义大众化,使先进文化引领多元的社会文化生活,增强社会主义意识形态的吸引力和凝聚力都具有重要意义。

大众文化的意识形态功能研究,能够弥补当前理论界对大众文化

^① 宗立华:《大众文化的本质、作用和建设策略》,东北师范大学硕士论文,2004年。

研究的理论缺失与不足。自大众文化现象在中国出现至今,关于大众文化的研究已经是本土文化研究的中心课题,大众文化的理论研究由最初的采用西方文化理论的移用转向中国本土化的发展,在日常生活、审美和娱乐等领域的研究已经相当深入。但是,目前对于大众文化的意识形态功能进行系统研究的著作还比较缺乏,虽然也有一些学者研究过大众文化的意识形态属性问题,主要集中在理论溯源,或者针对具体形态的研究,少有从整体上来把握大众文化的具体意识形态功能,所以选取大众文化的意识形态功能作为研究的课题,尝试着进行细致的梳理和分析,在可操作性的层面提出如何发挥社会主义条件下的大众文化意识形态功能,是具有现实意义的。

第二节 大众文化国内外的研究现状

大众文化研究是近年来一个热门研究课题,伴随着全球化浪潮和中国改革开放的风生水起,大众文化在世界范围内遍地开花,中西方学者从不同的角度出发,运用不同方法对大众文化现象进行了研究,取得了一定的研究成果。

一、国内研究现状

在我国,现代意义的“文化研究”实际上在五四时期就已开始。但是真正意义上的当代大众文化及其研究的兴起,应该是 20 世纪 80 年代伴随着计划经济向市场经济转型时期得到迅速发展的。这三十年间关于大众文化的理论研究取得了丰富的成果,在中国学术期刊网上大众文化研究相关的文章二十年间检测到共有 18515 篇,其中关于大众文化方面的硕士论文 2853 篇,博士论文 288 篇。大众文化已有研究涉及多门学科,从现有文献来看,大众文化研究宏观研究较多,个案研究较少;文学、哲学、社会学、政治学、美学、心理学参与的较多,还未形成多学科协同作战的态势。通过研究,理论界对有关大众

大众文化的意识形态功能研究

文化理论和现象的认识逐步清晰和深入，并取得了一些共识（比如大众文化含义、特征、作用）。具体说，中国的大众文化研究可以分为三个阶段。

第一阶段是对大众文化的批判期。20世纪70年代末80年代初期，主要是港台的大众文化产品传入和风行，其中主要有邓丽君的抒情歌曲，金庸的武侠小说，琼瑶的言情小说等。中国本土大众文化的初步形成是在20世纪80年代到90年代初，以国内电视连续剧《渴望》播放为标志，本土大众文化在中国迅速崛起。大众文化的迅速发展引起学术界极大的关注和恐慌，学者们开始以精英文化代言人心态，批判大众文化带来的负面影响，此时期的研究成果很大程度上表现为感性经验的意见表述，缺少理论研究的深入探讨。从查阅的资料来看，1991年《上海文论》开辟出“当代视野中的大众文艺”专栏，同年第一期发表了一组有关“大众文艺”的文章。当时没有明确将讨论的对象命名为“大众文化”，但讨论的内容却已涉及大众文化的性质、机制、生产、流通及消费方式等问题。^①1992年后，大众文化的合法地位得到了肯定，之后《欲望与沉沦——当代大众文化批判》、《大众文化时代想象力的衰落》、《论大众文化》、《大众时代的大众文化——从比较文化的视野看当代中国的大众文化》、《试析大众文化对人的现代性发展的影响》等文章陆续出现。这些文章捕捉到大众文化给中国当时的文化格局带来的冲击和影响，运用法兰克福学派等理论范式对大众文化的商业化、标准化、模式化、伪个性、反艺术、批量化等特征进行了分析。^②

第二阶段是大众文化研究的反思期。从20世纪90年代中后期，一部分学者继续保持对大众文化的负面效应的批判，另外一部分学者

① 阮小波：《90年代以来中国大众文化研究的回顾与反思》，浙江师范大学硕士论文，2006年。

② 陶东风：《欲望与沉沦——当代大众文化批判》，《文艺争鸣》，1993年第6期。周宪：《大众文化的时代与想象力的衰落》，《文艺理论研究》，1994年第2期。张汝伦：《论大众文化》，《复旦学报（社会科学版）》，1994年第3期。杨扬：《大众时代的大众文化——从比较文化的视野看当代中国的大众文化》，《文艺理论研究》，1994年第5期。扈海鹏：《试析大众文化对人的现代性发展的影响》，《江苏社会科学》，1994年第6期。

则逐渐反思,放弃了对大众文化的批判,重新思考评价大众文化的标准和方法。学者们开始介绍西方的大众文化理论。如尹鸿在《为人文精神守望:当代中国大众文化批评导论》^①里对法兰克福学派和英美文化研究学派大众文化理论的综述,徐贲在《影视观众理论和大众文化批评》里对费斯克大众文化理论的详细分析^②,薛民和方晶刚在《法兰克福学派“文化工业”理论述评》^③中对法兰克福学派“文化工业”理论的客观描述等。同时梳理界定大众文化概念,分析大众文化与其他文化形态的区别,肯定大众文化带给社会发展的积极效应,也批判大众文化带来的消极效应,客观地对大众文化进行辩证的价值判断等。这个时期大众文化研究的一个标志性事件,是李陀主编的大众文化批评丛书的出版,这套书在一定意义上可以视为中国本土大众文化研究实践阶段性成果的集中展示。

第三阶段是大众文化研究的理性发展期。2000年后,中国的大众文化研究发展进入了理性期。学者们从不同视角全面地进行大众文化问题的研究,同时对西方学者的大众文化问题研究的主要著作进行翻译和介绍。像罗钢、刘象愚主编的《文化研究读本》、陆扬、王毅选编的《大众文化研究》^④等,都从不同角度选材,将当代西方的大众文化研究成果介绍到中国。^⑤国内第一家由金元浦主持的网络版文化研究学术网站于2002年5月正式创办(www.culstudies.com)。文化研究网站设置了“大众文化研究”专栏,利用网络这一传播媒介把中国的大众文化研究带入了新的历史时期。^⑥

① 尹鸿:《为人文精神守望:当代中国大众文化批评导论》,《天津社会科学》,1996年第2期,第76—82页。

② 徐贲:《影视观众理论和大众文化批评》,《文艺争鸣》,1996年第3期,第56—65页。

③ 薛民,方晶刚:《法兰克福学派“文化工业”理论述评》,《复旦学报》,1996年第3期,第96页。

④ 罗钢,刘象愚:《文化研究读本》,中国社会科学出版社2000年版;陆扬,王毅:《大众文化研究》,上海三联书店,2001年版。

⑤ 阮小波:《90年代以来中国大众文化研究的回顾与反思》,浙江师范大学硕士论文,2006年。

⑥ 阮小波:《90年代以来中国大众文化研究的回顾与反思》,浙江师范大学硕士论文,2006年。