

“中国社会主义核心价值化育研究”丛书

刘 波 主编

# 建构社会主义核心价值认同的 历史记忆维度

刘云虹 \ 著

JIANGOU SHEHUIZHUYI HEXINJIAZHI RENTONG DE  
LISHI JIYI WEIDU



 江苏人民出版社

“中国社会主义核心价值化育研究”丛书

刘 波 主编

# 建构社会主义核心价值认同的 历史记忆维度

刘云虹 \ 著

JIANGOU SHEHUIZHUYI HEXINJIAZHI RENTONG DE  
LISHI JIYI WEIDU



 江苏人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

建构社会主义核心价值认同的历史记忆维度 / 刘云虹著. —南京: 江苏人民出版社, 2014. 8

(中国社会主义核心价值化育研究丛书)

ISBN 978-7-214-11622-2

I. ①建… II. ①刘… III. ①社会主义建设—价值论—研究—中国 IV. ①D616

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 311756 号

书 名 建构社会主义核心价值认同的历史记忆维度

著 者 刘云虹

责任编辑 张 凉 王 晗

装帧设计 许文菲

出版发行 凤凰出版传媒股份有限公司

江苏人民出版社

出版社地址 南京市湖南路 1 号 A 楼, 邮编: 210009

出版社网址 <http://www.jspph.com>

<http://jspph.taobao.com>

经 销 凤凰出版传媒股份有限公司

照 排 江苏凤凰制版有限公司

印 刷 江苏凤凰数码印务有限公司

开 本 960 毫米×1 304 毫米 1/32

印 张 16.75

字 数 200 千字

版 次 2014 年 8 月第 1 版 2014 年 8 月第 1 次印刷

标准书号 ISBN 978-7-214-11622-2

定 价 23.00 元

(江苏人民出版社图书凡印装错误可向承印厂调换)

# 目 录

## 导 论 1

- 一、研究的目的与意义 1
- 二、相关研究综述 20
- 三、研究的思路和方法 25

## 第一章 历史记忆与核心价值认同 27

### 第一节 历史记忆的解读 28

- 一、记忆与社会记忆 28
- 二、历史与历史记忆 35
- 三、历史记忆的特征 40
- 四、历史记忆的建构过程 46

### 第二节 核心价值观认同的内涵与实质 51

- 一、价值观与核心价值观 51
- 二、核心价值观认同的解读 55
- 三、核心价值观认同的实质 59
- 四、核心价值观认同的过程 66

### 第三节 核心价值认同的历史记忆媒介 69

- 一、历史记忆的基本功能在于形成认同 69



- 二、历史记忆的符号系统是价值认同的中介 72
- 三、集体记忆是维系共同体的深厚的凝聚力量 78
- 四、共同的记忆是核心价值认同的心理和情感基础 80

## 第二章 革命历史记忆的建构与传播 85

### 第一节 革命历史建构的语境与场域 85

- 一、革命历史建构的语境 85
- 二、革命历史建构的场域 88

### 第二节 革命历史建构的指导思想 97

- 一、新民主主义革命理论 97
- 二、革命史观和群众史观 100

### 第三节 革命历史记忆的载体 103

- 一、知识载体 104
- 二、文艺作品 108
- 三、仪式庆典等纪念活动 116
- 四、记忆空间 117

### 第四节 革命历史记忆建构的特点 120

- 一、革命的主体化与历史的革命化 120
- 二、革命话语下的二元对立 126
- 三、革命的浪漫化、理想化、神圣化与革命崇拜 128
- 四、革命历史叙事的民族化和大众化 135
- 五、革命历史记忆所弘扬的价值取向 138

## 第三章 革命历史记忆的当代困境 144

### 第一节 “后革命”时代革命话语霸权的衰落 144

- 一、革命历史记忆基础的坍塌 144
- 二、革命记忆在传承中的递减与遗忘 145
- 三、现代性叙事下革命话语的合法性受到质疑 147
- 四、“后革命”时代的“告别革命”与“生活政治” 162

|                         |     |
|-------------------------|-----|
| 五、“革命史范式”向“现代化范式”的转变    | 167 |
| 六、多元文化的“众神狂欢”中革命话语霸权的衰落 | 169 |
| 第二节 大众消费文化语境下革命记忆的重构与解构 | 174 |
| 一、大众消费文化语境下革命记忆的重构      | 174 |
| 二、革命历史在重构中的意义解构         | 177 |
| 第四章 历史记忆的重构中寻求核心价值认同    | 184 |
| 第一节 革命历史的重叙与公共政治文化的重构   | 184 |
| 一、立足现在、面向未来地重构多元、复线的历史  | 184 |
| 二、在对革命的重新审视中重建公共政治文化    | 189 |
| 第二节 历史记忆承载物的保存与维护       | 202 |
| 第三节 在政治仪式中强化历史记忆        | 206 |
| 一、仪式是历史记忆传递的重要途径        | 206 |
| 二、历史记忆在仪式的回溯中得到拓展       | 212 |
| 三、政治仪式是价值认同的主要途径        | 218 |
| 四、政治仪式在传递记忆与建构认同中的限度    | 224 |
| 第四节 大众传媒与历史记忆重塑         | 230 |
| 一、大众传媒是历史记忆建构与传播的媒介     | 230 |
| 二、大众传媒的历史表达特征           | 232 |
| 三、传媒记忆与历史记忆的张力          | 235 |
| 四、借助大众传媒重塑历史记忆          | 239 |
| 结 语                     | 241 |
| 参考文献                    | 250 |
| 后 记                     | 259 |

# 导 论

## 一、研究的目的与意义

21 世纪是价值迷茫的时代,也是认同迷失的时代,在正处于全球化、现代化进程中的当下中国,价值认同的困境尤显突出。价值认同是指人们在自己的社会实践活动中能够以某种价值观念作为标准规范自己的行动,或以某种理想、信念、尺度、原则为追求目标,并将其自觉内化为自己的价值取向。在中国社会由传统向现代的转型过程中,价值主体的多元化决定了价值观的多元化并存与冲突,随之,对社会主义核心价值观的认同问题也就凸现出来。核心价值观,指在价值观体系中处于核心地位的价值观念体系,是一种社会制度长期以来普遍遵循的基本价值原则,体现了一定历史时期内国家、社会和民众的价值理念和价值尺度,体现在国家制度、方针政策和法规中。党的十八大报告提出,要大力加强社会主义核心价值体系建设,倡导富强、民主、文明、和谐,倡导自由、平等、公正、法治,倡导爱国、敬业、诚信、友善,积极培育和践行社会主义核心价值观。对社会主义核心价值观的认同,即指人们在自己的社会实践活动中能够以社会主义核心价值观念作为标准规范自己的行动,或以社

会主义的共同的理想、信念、尺度、原则为追求目标,并自觉内化为自己的价值取向,并外化为一定的价值行为,是价值主体从认知到评价选择再到接受认可最后到情感和行为认同的过程。当下中国,人们虽然对富强、民主、文明、和谐的社会主义现代化国家的目标,对建立自由、平等、公正、法治社会,对爱国、敬业、诚信、友善的精神品格普遍认同,但是,社会主义核心价值观认同的危机仍然存在,表现在认知上,尤其是行为上存在着国家意识和民族情感弱化,甚至对社会主义前途感到困惑和迷茫;社会价值观念多元化、功利化、个体化,过于强调自我价值,奉行实用主义,重视自我利益而轻视公共利益;社会公德水准下降,以自我为中心,缺乏宽容友善的胸怀等现象的广泛存在。

影响社会公众对社会主义核心价值观认同的因素是多方面的:

第一,全球化语境下中国社会的转型与现代性发展。社会转型是从传统社会向现代社会转变的过程,表现出社会结构和利益结构的变化,社会利益的分化和巨大差距冲击着对核心价值观的认同。从最根本的意义上说,对核心价值观的认同就是对国家意识形态的认同,意识形态获得社会认同的真正决定性因素是利益。正如马克思所说,“人类奋斗所争取的一切,都同他们的利益有关”。<sup>①</sup>从根本上说,利益是意识形态的本源、现实基础和灵魂,意识形态不过是利益的理论表达。人类行为选择是以利益为主要根据,意识形态认同本质上也是一种行为选择,因此,利益是意识形态认同的基础或者说决定性因素,也就是说,人们总是根据某种意识形态是否表达和满足了自己的利益诉求来决定是否认同它。贫富差距过大使社会各阶层对主流意识形态的信任度下降。公平感是一个社会主流意识形态能够获得人们认同的最重要的心理基础。诺思认为:“意识形态不可避免地与个人去观察世界时对公正所持的道德、伦理、评价相互交织在一起。这种情形明显意味着有一种关于可能

---

<sup>①</sup>《马克思恩格斯全集》第1卷,第187页,人民出版社,1995年。



的非此即彼的选择观念——即在相互对立的理性和意识形态中选择。对收入分配的恰当评价是任何一种意识形态的重要组成部分。”“当人们的经验与其思想不相符时，他们就会改变其意识形态观点”。<sup>①</sup> 贫富差距过大使人们的“相对剥夺感”和社会不公平感迅速上升，很容易使人们对主流意识形态的承诺：社会主义的平等性和社会公正性产生质疑，进而对主流意识形态的可信性产生怀疑。“归根到底，任何社会都是一种道德秩序，它必须证明它的分配原则是合理的”。<sup>②</sup> 大量存在的基于非公平基础上的利益分化，不仅影响弱势群体本身对主流意识形态认同，而且也会影响到其它社会阶层基于恻隐之心而同情弱势群体的生存困境，并进而对意识形态所表达的价值及社会理想也会有所怀疑。在利益分化过程中的政治腐败对于核心价值观认同的消极影响是致命的。党员干部不仅是党和政府的形象代表，而且也是主流意识形态所承诺的社会理想和利益的代表者、维护者和实践者，其言行直接关系到主流意识形态的可信性，政治宣传的美好的蓝图会因为政治现实中的腐败现象而失去它的吸引力和可信力。

现代社会意味着政治、经济、文化等社会生活基本领域相对趋于独立和自主，意味着私人生活从社会公共生活中自主分离，传统社会结构中那种统摄一切、无所不在的、作为唯一规范的强制性价值观念已失去了对社会生活诸领域的控制力，而个体生活获得了自律自由的发展空间。一方面，社会生活诸领域拥有各自的不同的意义原则，整个社会价值统一性也变得十分困难；另一方面，个体主体地位和价值取向多元化的充分发展，当作为主体的自我极度发展为一个没有社会规定的自我，并且一切价值判断都完全取决于各个自我的主观偏好时，任何非自

① [美]道格拉斯·C·诺思：《经济史中的结构与变迁》，陈郁、罗华平译，第53—54页，上海三联书店、上海人民出版社，2003年。

② [美]丹尼尔·贝尔：《资本主义文化矛盾》，赵一凡、蒲隆译，第309页，生活·读书·新知三联书店，1989年。

我的具有普遍性的价值观念都将失去存在的合理性,现代社会难免陷入了一元与多元、自我与他者的紧张之中。当前,中国正处于全球化背景下的现代化高速发展和复杂的社会转型期,中国的现代化因自身传统与西方社会的影响,呈现出更多的复杂性:前现代性、现代性和后现代性因素并存交织。中国既要进行现代性的建设(现代性在当代中国仍然是一个未竟的事业),也面临着现代性带来的困境:既苦于“现代性”的“不足”,也苦于“现代性”的“过度”。改革开放后,随着市场经济体制的确立,政府大规模地从关系民众福利的就业、住房、教育和医疗等领域中退出,中国正由一个高度一致和统一的“共同体”走向“现代社会”,个体失去了共同体昔日的庇护,转型期社会的剧烈变动与分化,人们生活的不安全感、不确定感、不稳定感也在加剧。中国虽未进入个体化社会,但是,社会个体也常常不得不独自面对生活的压力和现代性所带来的种种风险。在这样的情况下,伴随着个人主义的影响,社会个体就会关心、追求个体权利而对社会公共利益和价值产生冷漠,“没有对集体共同命运及社会整体目标的信念,个体只能依靠自己,为自己的人生目标寻求意义。”<sup>①</sup>

第二,全球化加剧了核心价值观认同的危机。全球化是一个客观的历史进程,根源于资本主义的世界扩张及其所导致的世界市场的形成,其结果是形成了一个以欧洲资本主义文明为中心的资本主义世界体系。20世纪90年代以来,“全球化”日益成为一个囊括经济、政治、社会、文化各方面的总体性的范畴,改变着人类的生产方式、生活方式和思维方式。全球化进程具有浓厚的意识形态性,但它也是我国现代化建设无法脱离的基本条件和现实环境。全球化正以其特有的方式影响着我国意识形态的认同。首先,随着我国不断融入全球化进程之中,我国越来越多的公民开始就职于跨国公司,并进入了“脱域”化的生存形态之中(一些从属于某一国的公民,其一生中的大部分时间并不是生活在自己国家地域

---

① [英]齐格蒙特·鲍曼:《寻找政治》,洪涛等译,第61页,上海世纪出版集团,2006年。

范围内,而是不断穿梭往返于不同国家之间,其利益与母国国家很大程度地脱离,也不再处于母国的思想环境中),对这部分人而言,他们的生存形态不可避免地使他们与我国意识形态渐行渐远。其次,西方国家在全球化过程中,凭借着强势经济进行思想文化和价值观念以及生活方式的渗透,宣传所谓“全球意识”,淡化人们的国家意识,宣称应当从全人类的共同利益出发来思考和解决国际问题,实现全球“共赢”;宣扬“自由”、“民主”、“人权”是“人类基本价值”,具有“普世”性。“超国家认同”或“亚国家认同”为人们提供了新的认同目标,也在一定程度上分化和转移着人们对国家意识形态的认同。再次,全球化带来社会期望与现实挫折之间的矛盾,动摇和削弱了人们对国家意识形态的认同。戴维斯指出:“当人们的期望要求在现实社会中得不到满足,或者社会提供的满足程度低于期望要求,人们在期望受挫的心态下形成的对社会的不满,构成了引发社会政治认同淡化的心理基础”。<sup>①</sup> 全球化将时空压缩,西方发达国家的先发展优势更迅速、全面、直接地呈现在我国民众面前,并形成了一种示范效应,使我国民众的社会期望值空前提高。二十世纪九十年代,世界社会主义运动遭受重大挫折,西方国家借此散布“社会主义失败论”,动摇和瓦解人们的社会主义信念。在与发达国家的比较中,公众很容易产生挫折感,这种挫折感很容易转化为对社会主义制度和政府的不满,转化为对我国意识形态的质疑。

第三,网络信息时代多元文化语境下的文化传播模式与多元文化冲突。长期以来,我国在对核心价值的引导认同上采用的是“宣传—接受”的单向的文化传播模式,基本方法是理论灌输,具体做法包括:通过学校进行政治理论教育;通过报刊、广播、电视等大众传媒进行理论灌输;通过办学习班、作报告、开大会等形式进行理论学习。这种方法具有单向

<sup>①</sup> 参见刘昌明:《论全球化背景下发展中国家政治认同的新趋向》,《当代世界社会主义问题》,2005年第2期。

式、权威性、强制性。在这种模式下,民众只是被动的接受者,只能接纳给定的价值,没有自己的价值选择,或者说,即便是有也不能直接获得公共表达的渠道,这是一种典型的精英“独语”的话语权力机制,旨在建立消除差异性、特殊性和独立个性的价值秩序,其有效性的前提在于国家能够对信息的生产和传播进行有效的筛选和控制,保障主流意识形态一统天下。随着网络信息时代的到来,大众传媒技术、大众消费文化成为现代人生活的一个基本维度,个人主体性的日益增强,单向度权威主义的文化传播模式被大众广泛参与的多元交互的文化模式所取代。网络传播的全球性、开放性、多元性、交互性、匿名性等特征打破了国家对信息的垄断和控制,草根性、渗透性与开放性正挑战着权威性、灌输性与封闭性,权威主义的“独语”播讲日益受到挑战,文化传播舞台上更多的是平等的参与者与互动者。不仅各种异域的理论学说、价值观念、生活方式畅通无阻地展示在人们的面前,而且任何个人、组织、集团、阶层的思想、观点、理论、价值观都能够在网上自由地进行表达和交流,网络空间是一个“诸神”纷争、各显神通的领域,为不同利益地位的人们提供了多样化的价值选择标准和认同目标。

20世纪90年代,后现代思潮传入中国,它所宣扬的反权威,对科学、理性话语的怀疑似乎成为了一种解构、反传统、时尚和造反精神的代名词,受到了人们的欢迎。后现代思潮对真理、历史和规范的客观性的怀疑,对作为理性体现的核心价值的权威性构成了严重的挑战。“从后现代的角度看,随着现代社会的步伐、扩展和复杂化的加速,认同性变得越来越不稳定,越来越脆弱了。在这种情况下,后现代的话语对认同性的概念本身提出了质疑,声称认同性是一个神话和幻觉。”<sup>①</sup>20世纪80年代传入中国的消费文化,以消费为目的,追求商品的符号价值,号召“娱

---

① [美]道格拉斯·凯尔纳:《媒体文化——介于现代与后现代之间的文化研究、认同性与政治》,丁宁译,第397页,商务印书馆,2004年。



乐至死”的生活态度和生活方式,销蚀着人们对价值意义的追求,分割着人们对民族、国家等集体的社会认同。首先,在消费文化中意义感的消失。消费文化是工业社会的经济和文化现象,是经济全球化的产物,资本在追求利润最大化的驱使下,进行了新一轮肆无忌惮的扩张,消费文化的理念也紧随经济全球化的浪潮漫游于全球各个角落中。在建设现代化的社会中,消费文化成了一种令人向往的时尚,弥漫在整个社会之中。消费文化是一种伴随着现代性而来的文化现象,所张扬的是一种现代生活方式,而这种现代生活方式所包含的是一种富有冲击力的破坏性力量:它摧毁了人们先前的生活意义。在某种意义上说,消费文化是当代人对商品的符号价值的推崇,是对商品的符号维度的放大。个人的无意义感,即那种觉得生活没有提供任何有价值的东西的感受,成为根本性的心理问题,人的生活的意义感遭到了史无前例的摧毁和破坏,现代社会导致现代人的生活被狭隘化和平庸化。当代认同危机在很大程度上就是一种价值认同的危机,人们的认同出现了价值取向的真空,出现了价值观的迷惑。当消费文化给处于危机状态的当代认同及时送去了让人耳目一新的、充满感官诱惑的“符号价值”时,自然得到了当代人的亲睐。

其次,消费文化中社会认同的迷茫。改革开放后,随着生活水平的提高,加之西方消费方式和消费文化的影响,人们逐渐放弃了传统的消费理念和消费方式,代之以更加超前、前卫和开放的、个性化的消费方式。生活于消费文化语境中的人们极易陷入对他者及社会的认同困境中。人的认同大致上可以分为两大部分,即人的自我认同和人的社会(集体、群体)认同。前者是一种内在认同,是个人依据个人经历所形成的、作为反思性理解的自我,后者的直接对象是人的行为的普遍和客观的社会意义,两者之间相互相影响,相互制约。在消费文化语境中,对消费的畸形追求使个人从公共社会生活的大背景中彻底抽身出来,彻头彻尾地沉溺于消费的私人空间中,个人对他人的认同、对社会的认同都出

现了问题。在消费文化中,人的认同被变化不定的消费商品、明星、广告和媒体图像的“个人化”、“符号化”所左右,在消费中的同化很可能给人造成一种虚假的幻觉:阶级和阶级差别消失了,人们找不到认同的地平线,人们往往自觉和不自觉地以此来弱化或代替阶级、性别、人种、民族和国家等诸如此类的社会和集体认同。

第三,世俗化的生活追求导致价值追寻的消退。战后的经济繁荣推动了生产社会向消费社会的转换。消费成为社会潮流的同时,也伴生出许多如休闲、娱乐等新的时尚,“休闲、娱乐和文化交织在一起,文化活动和娱乐活动已不再被完全分离开,同时,商品消费与文化消费也融合在一起”。<sup>①</sup> 民众沉浸在丰富的物质产品和文化产品之中,消费认同构成了认同的一个重要维度,世俗化的生活追求使价值淡出了民众的视野。公众生活在和平时期,没有战争和极端恶劣的生存环境的威胁,关注的中心就转向与自身密不可分的日常生活。此时民众的关注重心是物质生活水平的提高以及精神的愉悦,消费者模式扩展到生活的各个方面,生活过程被明显地普遍市场化了。在市场中,民众变成了一个自顾享乐的纯粹消费者,这种消费者只关心物质的满足与精神浅显的快乐,是远离政治的,远离价值的。世俗化的生活追求伴随着“生活政治”的兴起。安东尼·吉登斯认为,“生活政治”让宏大的政治叙事失去了合法性,日常生活的点点滴滴发生了根本性的变化,传统的纽带崩解,个人权利意识胜出。生活政治的时代,统一、崇高的意识形态系统失去了整合社会的能力,每个个体都有了多重身份,以个体身份而非僵化的集体身份界定各自的利益,“琐碎”的生活是碎片化的,也充满着选择。“生活政治关涉的是来自于后传统背景下,在自我实现过程中所引发的政治问题,在那里全球化的影响深深地侵入到自我的反思性投射中,反过来自我实现的

---

① [德]彼得·科斯洛夫斯基:《后现代文化:技术发展的社会文化后果》,毛怡红译,第111页,中央编译出版社,2011年。

过程又会影响到全球化的策略。”<sup>①</sup>对自我归属的疑惑和自我认同的关注,远远超越对价值的认同。在一个彰显个性的时代,时空高度压缩,人与人的交流沟通方式变得快捷,人们的认同从宏观的社会认同,逐渐转移到微观的自我认同。“在日常生活消费中心论者看来,极大丰盛的物质在消费中才有实际意义,而精神生活则好像成为反日常生活的概念。”<sup>②</sup>后现代性追求的精神生活只是浅显地用于满足休闲,是日常生活本身,消费者对日常生活的追逐,让民众远离了意义和价值,也远离了价值认同。

第四,多元身份认同与政治归属的冲突。消费社会在提高民众物质生活水平和提供精神愉悦的同时,也因为消费而产生了新兴的多元的认同群体,形成了新的身份和新的归属。符号消费形成了一个全新的消费群体,消费逻辑被定义为一种符号操纵,消费不再仅仅是基于使用价值的需要,更多的是一种体现个人品位的需求,消费的目的不是为了实际需要的满足,而是不断追求被制造出来的、被刺激起来的欲望的满足,对商品的积极的符号的使用模糊了使用价值和交换价值之间的区分,消费就蕴含了一种认同,在这种认同中消费者结成了一个群体,形成了个人品位。消费者因相同审美品味或消费习惯,而形成新的认同,认同在这个成员认同的群体中进一步强化。民众在消费的场景下,由对商品的认同逐渐演变为对商品品牌、符号的认同。这种认同是大众心理趋同性的一种表现,在对共同品牌和符号的认同之下,民众形成了一种全新的群体,这个群体以共同的品牌或符号为依托,有着共同的价值观和审美观,兴趣相投,很容易引起共鸣。在鲍德里亚看来,“后现代时期的商品价值已不再取决于商品本身是否能满足人的需要或具有交换价值,而是取决

① [英]安东尼·吉登斯:《现代性与自我认同:现代晚期的自我与社会》,赵旭东、方文译,第252页,生活·读书·新知三联书店,1998年。

② 王岳川:《消费社会中的精神生态困境——鲍德里亚后现代消费社会理论研究》,北京大学学报(哲学社会科学版),2002年第4期。

于交换体系中作为文化功能的符码。”<sup>①</sup>这种群体的崛起而产生的角色，这个群体在加强自身认同的同时，也在不断地弱化传统的政治认同，分割着民众心中的政治疆域。消费社会下的多元的身份认同之间会发生重叠，导致冲突。人是一种社会性的动物，“人类在本性上，也正是一个政治动物。”<sup>②</sup>人需要结成群体而生活，从而对群体产生依赖，在与群体成员的互动中，获得一种归属感，实现认同，这个群体可能是国家，也可能是民族。在不同群体发生竞争的情况下，尤为如此。因此，认同的本质是一种归属感的获得。认同指的就是这样一个过程：作为单一个体的人在一系列的体制和心理作用下形成了自我的概念后，又在一系列的组织中形成了基本的群体，以群体的方式形成群体认同，以此获得归属感。社会认同是对群体的认同，每个人都同时归属于不同的群体，在不同的环境下，这种归属也有次序上的差别。社会越发达，交流越便利，这种分类也就越多。但是这种归属感会时时发生转移，进而抛弃旧的认同，产生新的认同。在一个彰显个性的时代，身处于后现代性符号和代码的时代，个人把自己划分在各个不同的群体中，在各种的接触范围内，由于身边的群体更替的频率较强，每个人都在扩大和改变自己的群体，而对价值认同而形成的群体相对比较稳固，致使民众不太注意宏观价值的变化，从而削减了对价值的认同。

九十年代以来，中国大众文化兴起并迅猛发展，在多元文化的竞争中逐步获得了实际的话语霸权。大众文化在英语有两种不同的表述，一种是以“mass culture”表述，以法兰克福学派为代表，认为是资本主义条件下的“文化工业”，把人类塑造成能够在每个产品中都可以进行不断再生产的类型。他们否定大众文化对个性的否性，认为大众在文化上被现代社会异化成单面性的缺乏批判意识人。另一种以“popular culture”表

① 王岳川：《消费社会中的精神生态困境——博德里亚后现代消费社会理论研究》，北京大学学报（哲学社会科学版），2002，年第4期。

② [古希腊]亚里士多德：《政治学》，第7页，商务印书馆1996年版。



述,以英国的威廉姆斯为代表,认为文化意义上的大众不是纯粹消极的文化接受者,不是完全被社会所同化的同质性的人,他们在文化发展和文化活动中具有一定的积极能动性,他们不仅接受现代文化,而且在现代文化的创造和发展中具有不可或缺的重要作用。<sup>①</sup>这两种观点,一种站在精英主义立场从消极的意义上来理解大众与文化的关系,另一种是站在大众的立场来阐述大众与文化的积极互动。本书认为,应理性客观地看待与理解大众文化兴起与发展的历史客观性与一定的积极意义。对于当下的中国而言,大众文化的扩张和话语霸权对于核心价值认同是有冲击的。

首先,大众文化的反理性特质导致民众对现代价值的疏离。大众文化也被称为后现代文化、商业文化。削平深度、崇尚消费娱乐的商业化平民化的后现代主义,最初被引进中国却是曲高和寡的先锋派文艺,中国语境下的后现代主义已逐步从占主导地位的先锋派对传统现实主义和现代主义的反叛演变为大众文化向精英文化及主流叙事的挑战。故中国语境下的后现代主义除了解构意义,去中心化、破除整体性、反宏大叙事等,还消解了艺术与日常生活的界线、高雅文化与大众通俗文化之间的明确分野,有意使用戏谑式的反讽手法,使总体性风格含混不清等等,这些平民化的、反本质主义的以及反等级化的文化倾向,无疑也是当代消费社会文本生产的机制和特征。将高雅文化与大众文化之间的界线彻底取消所体现出的美感上的民本主义、取消意义深度而推崇情感强度的叙事模式等,都体现了后现代主义与大众文化的亲缘关系。后现代主义是以批判和反叛现代性的姿态出现的,反理性主义必然成为后现代主义的一个重要表征。在后现代主义看来,理性是权力的同义语。霍克海默认为,启蒙理性变成了极权,是因为理性消灭了其他的思维方式,享

---

① 参见金民卿:《大众文化论——当代中国大众文化分析》,第29页,中共中央党校出版社,2002年。