

金民卿 / 著

大众文化论

当代中国大众文化分析

中共中央党校出版社

418

6.22
12.7.0

大众文化论

——当代中国大众文化分析

全民卿 著

中共中央党校出版社
·北京·

图书在版编目 (CIP) 数据

大众文化论——当代中国大众文化分析/金民卿著 .
—北京: 中共中央党校出版社, 2002.9
ISBN 7-5035-2548-7

I . 大… II . 金… III . 群众文化 - 研究 - 中国
IV . G249.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 058746 号

中共中央党校出版社出版发行

社址: 北京市海淀区大有庄 100 号

电话: (010) 62805800 (办公室) (010) 62805816 (发行部)

邮编: 100091 网址: www.dxcbs.net

新华书店经销

北京联华印刷厂印刷装订

2002 年 9 月第 1 版 2002 年 9 月第 1 次印刷

开本: 880 毫米 × 1230 毫米 A5 印张: 6.375

字数: 189 千字 印数: 1—3 000 册

定价: 13.50 元

内 容 提 要

主导文化、精英文化、大众文化和民间通俗文化等是当前我国文化系统中几种相对独立的文化类型，其中大众文化作为现代化发展过程中必然产生的文化现象在社会大众中具有强大的影响力，甚至正在成为我国社会的流行文化。我们必须认真研究大众文化的历史发展，全面把握大众文化的深层本质和艺术审美特征，分析当代中国大众文化的积极功能和负面影响，树立关于大众文化的正确观念，引导当代中国大众文化的合理性发展，建设有中国特色的大众文化，使之更好地为现代化建设服务。

文化是由文化主体和受体共同参与的、意义的生产和流通的精神创造性活动及其成果。文化大众是指在商品（市场）经济条件下，具有基本的文化接受和参与之主客观条件并以不同的方式和途径在不同的层面和程度上介入文化活动的大多数社会成员所构成的整体。大众文化是反映工业化技术和商品（市场）经济条件下大众日常生活、在社会大众中广泛传播、适应社会大众的文化品味、为大众所接受和参与的意义生产和流通的精神创造性活动及其成果。大众文化是一种相对独立的文化类型，它在现代文化系统中与主导文化、精英文化、民间通俗文化等相对应、相区别。它具有社会大众性、日常生活性、复杂多样性、商业赢利性、强烈渗透性、娱乐消遣性、意识形态性等特征。大众文化的历史发展形成了自己特殊的发展规律。大众文化标志了一种新的文化生产方式，形成了一种新的文化格局，预示了一种新的文化发展理念。

当代中国大众文化就是形成中的有中国特色的大众文化，它是在中国社会主义市场经济条件下产生的文化，体现了有中国特色社会主义的特征，内含着当代中国文化的基本精神，反映了社会主义条件下社会大众的日常生活实践、经验、感受，是当代中国文化系统的有机

构成部分。其基本特征是社会主义性、真正人民性、民族性、规范性、兼容性等。

当代中国大众文化的产生发展经历了几个阶段：五四时期的平民文学运动是中国大众文化的播种时期，中国大众文化初次启动；20世纪30年代的文艺大众化运动是中国大众文化的萌芽时期，形成了毛泽东文化大众化理论；20世纪70年代末以来是中国大众文化的真正产生和蓬勃发展时期，有中国特色的大众文化在20世纪90年代中期初步形成。中国大众文化之所以能够在20世纪70年代末开始产生并在90年代中期形成有中国特色的大众文化，是因为当代中国社会发展为它提供了坚实的基础：解放思想运动的开展、实事求是思想路线的重新确立，为大众文化的发展提供了思想基础；改革开放的全面展开，为大众文化的发展创造了良好的发展环境，并输入了外来文化资源；市场（商品）经济体制的确立和全面建设为大众文化发展提供了稳定的经济基础；政治体制改革和民主政治建设为大众文化发展提供了坚实的政治基础和宽松的生存空间；不断发展的现代传播技术和日益丰富的大众传媒系统为大众文化发展提供了雄厚的技术基础和流通手段；社会文化教育的普及提高、人民文化素质的改善、社会大众独立自主性能力的发展为大众文化发展提供了受众基础。

当代中国大众文化在其发展过程中，对我国的社会发展、对我国社会大众的日常生活、精神生活、政治生活产生了积极的社会功能。

第一，它提供了人民娱乐消遣的广阔空间。市场经济发展使当代中国人进入了新的生存境遇中，精神压力需要舒缓，闲暇时间需要充实，个体主体性需要展示，而丰富多样的中国大众文化以其特有的娱乐消遣性、消费性，正好为社会大众的消遣娱乐、文化生活提供了丰富形式和广阔空间。

第二，它开辟了大众启蒙教育的有效渠道。中国社会现代化的实现急需提高大众素质，学校教育作为体制内教育途径存在着一定的局限性，而大众文化则在体制外开辟了社会教育的重要途径，这种途径的潜移默化性、广泛性和低成本性甚至超过了体制内的力量，因而必须给予充分重视。

第三，它造就了我国经济领域的新兴产业。大众文化的生产、传播、消费、反馈形成了一系列新兴的大众文化产业，并成为拉动经济发展的重要力量，因为它改变了大众的消费观念和结构，拓宽了消费途径，刺激了消费行为，形成了新的消费市场。

第四，它开创了国家政府管理社会的崭新途径。目前我国政府进行社会管理的基本途径主要是经济市场化、政治法制化、文化大众化，文化大众化主要是通过大众文化来实现的，大众文化由于自身的特征，在自觉渗透政府意志、形成社会统一思想、传递意识形态和政府管理意志、塑造时代民族精神等过程中具有极其重要的作用。

第五，它产生了我国民主政治建设的重要力量。民主政治具体体现在观念、实践、制度三个层面，大众文化通过培养和提高大众政治素质、政治参与能力，有助于形成和强化大众的民主政治意识；大众文化在形成市民社会、公共领域的过程中具有重要作用，从而为大众的民主政治实践提供了空间和可能；大众文化形成了广泛的民众监督力量，推动了民主政治制度的建设。

第六，它的独立发展，构成了维护我国文化主权的有效屏障。冷战后，文化主权成为重要的问题，而西方国家的文化霸权策略在极大程度上是通过大众文化途径来实现的，而中国大众文化的独立发展，对维护中国的文化主权具有重要的作用。

当然，由于西方大众文化的渗透和诱导，以及自身的商业性、娱乐性、消费性等因素，中国大众文化也对我国人民的社会生活产生了一些负面影响。

首先，西方大众文化在影响渗透中国大众文化的过程中，把它所隐含的价值观念、生活方式、意识形态传递到中国，形成了强大的文化殖民力量。特别是在中国大众文化中导入了与中国社会发展程度不相适应的后现代精神，这种精神同大众文化的世俗性、商业性、娱乐性结合，对大众的日常生活和价值观念产生强烈影响，从而在一定程度上破坏、消解着我国的千年人文精神和文化传统，冲击和威胁着当代中国的民族精神。

第二，大众文化在主导取向上和以意识形态为意义负载的主导文

化存在着一定冲突，在内容、话语上对意识形态进行嘲讽和围攻，在作品上不断吞噬主导文化产品，而在市场上不断挤占主导文化的地盘，从而就极大地冲击和弱化着主导文化、意识形态的影响力，这种冲击和弱化借助于社会大众在文化活动中难以避免的受动性而得到了强烈的回应，可能侵蚀、消解、冲淡社会大众的政治追求、理想信念及其对社会主义意识形态的认同。

第三，大众文化在基本的文化精神上和精英文化存在着矛盾和冲突，这种矛盾和冲突在具体的发展过程中，体现为大众文化对精英文化的市场挤占和地盘剥夺，对精英文化主体队伍的侵蚀和削弱，特别是它通过渲染一种享乐主义的、物质主义的价值态度、生活方式，消解了社会大众的精英文化情结，拆解着精英文化的社会基础，日益把精英文化推向当代中国文化舞台的边缘，而作为精英文化的创造主体，知识精英也越来越不受到人们的重视，甚至成为市场经济时代的“多余的人”。

鉴于当代中国大众文化功能上的两面性，我们必须正确处理大众文化和有中国特色社会主义文化的关系，引导我国大众文化的合理性发展，建设有中国特色的大众文化，使之更好地为社会主义现代化建设服务。在推进有中国特色大众文化建设的过程中，我们必须坚持马克思主义文化本质理论、文化生产方式理论、毛泽东文化大众化理论、邓小平社会主义精神文明建设理论和江泽民“三个代表”重要思想等科学理论指导；反对极端文化精英主义和泛大众文化的观点，树立正确的大众文化观念；不断提高社会大众的思想道德水平和科学文化水平，制定健全的文化市场法律法规，加强文化市场管理，引导和规范大众文化的顺利发展；坚持综合创新的文化原则，正确处理当代中国大众文化和传统民间通俗文化、西方大众文化的关系；尊重大众文化发展的基本规律，处理好大众文化发展中社会效益与经济效益的关系、市场繁荣与规范的关系、大众文化机构之间协调的关系、大众文化内容上主旋律和多样性的关系、大众文化风格上艺术性和通俗性的关系等等。在此基础上，把当代中国大众文化建设成为立足当代中国社会实践、继承传统文化优秀遗产、面向世界开放的有中国特色的

大众文化，使之更好地为社会主义现代化建设服务，为社会主义精神文明建设服务，并在世界大众文化大家庭中大放异彩。

目 录

导 论	(1)
一、一幅文化图景	(1)
二、一项理论任务	(4)
三、一个分析框架	(5)
四、基本研究方法	(7)
第一章 概念论：大众文化的一般分析	(12)
一、理论史	(13)
1. 托克维尔：商业文学论	(13)
2. 法兰克福学派：文化工业理论	(14)
3. 后工业社会理论家：文化多元论的大众文化观	(16)
4. 费斯克：能动大众与生产性文本理论	(17)
5. 耐格特和克鲁格：大众文化空间理论	(18)
6. 后现代主义理论家：大众文化批判理论	(19)
7. 我国大众文化研究的三个特点	(20)
8. 简单的结论	(21)
二、文化的内涵	(23)
1. 作为静态结果的文化	(23)
2. 作为动态活动的文化	(25)
3. 作为意义的文化	(25)
4. 文化内涵的限定	(26)
三、文化大众的含义	(27)
1. 中国文化视野中的大众	(28)
2. 西方文化视野中的大众	(29)
3. 大众概念的提出	(30)

四、大众文化概念·····	(31)
1. 大众文化概念界定的复杂性·····	(32)
2. 大众文化界定的两种模式·····	(33)
3. 大众文化概念的提出·····	(34)
4. 大众文化的存在基础·····	(38)
五、大众文化的基本特征·····	(40)
1. 社会大众性·····	(40)
2. 日常生活性·····	(41)
3. 复杂多样性·····	(43)
4. 商业赢利性·····	(43)
5. 巨大数量性·····	(44)
6. 娱乐消遣性·····	(45)
7. 强烈渗透性·····	(46)
8. 意识形态性·····	(47)
六、大众文化的发展规律·····	(48)
1. 大众文化发展史的简单回顾·····	(48)
2. 大众文化的发展规律·····	(50)
七、大众文化的历史地位·····	(51)
1. 文化生产方式理论·····	(51)
2. 一种新的文化生产方式·····	(53)
3. 一种新的文化发展格局·····	(55)
4. 一种新的文化发展理念·····	(56)
第二章 历史论：中国大众文化的历史发展·····	(58)
一、中国大众文化的产生发展·····	(59)
1. 中国大众文化的历史文化资源：传统的 民间通俗文化·····	(60)
2. 中国大众文化的播种：五四时期的平民 文学运动·····	(63)
3. 中国大众文化的萌芽：20世纪30年代的	

文艺大众化运动	(64)
4. 中国大众文化指导理论的提出：毛泽东 的文化大众化理论	(67)
5. 中国大众文化的产生发展：从模仿到本土化	(69)
6. 有中国特色的大众文化的初步形成	(71)
二、中国大众文化产生发展的社会基础	(72)
1. 思想基础：思想解放运动的发展	(73)
2. 发展环境：改革开放的全面展开	(75)
3. 经济基础：商品经济的发展和市场经济体制 的确立	(76)
4. 政治基础：政治体制改革和民主政治发展	(77)
5. 技术基础：电子传播技术和大众传媒系统 的发展	(79)
6. 受众基础：社会大众文化教育水平的提高	(80)
三、当代中国大众文化的本质特征	(80)
1. 社会主义性	(81)
2. 人民性	(82)
3. 民族性	(83)
4. 规范性	(84)
5. 兼容性	(86)
第三章 功能论（一）：当代中国大众文化的积极功能	(89)
一、文化功能分析：文化与人的互动关系	(90)
1. 文化的功能是文化对人的影响效果	(90)
2. 文化的功能是文化本质的展开	(92)
3. 人与文化的二重性关系	(93)
二、人民娱乐消遣的广阔空间	(93)
1. 现代中国人的生存境遇	(94)
2. 精神压力的文化舒缓	(95)
3. 闲暇时间的文化充实	(96)

4. 个体主体性的凸显及其文化展示	(98)
三、大众文化教育的有效渠道	(99)
1. 现代化与素质教育	(99)
2. 体制内教育途径及其不足	(100)
3. 一条重要的体制外教育渠道	(102)
4. 潜移默化式的教育方式	(103)
5. 低成本的受教育途径	(104)
四、经济建设领域的新兴力量	(105)
1. 消费观念的更新	(105)
2. 消费结构的改变	(106)
3. 新兴文化产业及其经济效应	(108)
五、政府管理社会的崭新途径	(109)
1. 政府管理社会的三元路径	(110)
2. 政府意志与大众文化的自觉结合	(112)
3. 大众文化的艺术特征与政府意志的传播	(113)
4. 社会大众统一思想的形成	(114)
5. 政府意志在大众实践中的对象化	(115)
六、民主政治建设的重要力量	(116)
1. 民主政治的内涵	(116)
2. 大众文化与民主政治观念的传播	(117)
3. 大众文化与市民社会的发展	(119)
4. 大众文化与公共领域的扩大	(120)
七、维护文化主权的有效屏障	(122)
1. 文化主权地位的升腾	(123)
2. 文化渗透的三条途径	(124)
3. 文化渗透的大众文化途径分析	(125)
4. 构筑维护文化主权的大众文化屏障	(126)

第四章 功能论 (二): 当代中国大众文化的负面效应

一、中国大众文化存在负面效应的原因	(129)
-------------------------	---------

二、“比照集团行为”及其文化殖民效应	(131)
1. “比照集团行为”与文化帝国主义	(131)
2. “东方主义”及东方文化人的认可压力	(134)
3. 文化殖民的具体体现	(135)
三、后现代精神及其对民族精神的围剿	(136)
1. 后现代文化精神	(137)
2. 后现代文化视野中的大众文化	(140)
3. 中国大众文化中存在的后现代现象	(142)
4. 后现代精神对民族精神的围剿	(143)
四、冲击和弱化社会主义意识形态	(144)
1. 两种不同的文化取向	(144)
2. 话语嘲讽, 内容围攻	(145)
3. 吞噬产品, 改变意义	(146)
4. 挤占市场, 争取受众	(147)
五、知识精英的退场和精英文化的边缘化	(149)
1. 知识精英的现代退场	(149)
2. 两种文化精神的冲突	(151)
3. 俘虏精英文化的创作主体	(152)
4. 盘剥精英文化的地盘	(153)
5. 破解社会大众的精英文化情结	(154)
第五章 发展论: 建设有中国特色的大众文化	(156)
一、当代中国文化系统的基本构成	(157)
1. 以社会主义意识形态为核心的主导文化	(157)
2. 以高雅文化和学术文化为代表的精英文化	(158)
3. 富有生命力的民间通俗文化	(159)
4. 日益成为流行文化的大众文化	(160)
二、我国社会主义文化的大众性特征	(161)
1. 社会主义文化大众性的提出	(161)
2. 社会主义文化大众性的内涵	(165)

三、大众文化与有中国特色社会主义文化的关系·····	(167)
1. 我国现阶段先进文化的集中代表·····	(167)
2. 当代中国文化的重要组成部分·····	(168)
3. 大众文化对有中国特色社会主义文化的积极 推动作用·····	(170)
4. 有中国特色社会主义文化对大众文化的 规范指导作用·····	(172)
四、大力推进有中国特色的大众文化建设·····	(174)
1. 坚持科学理论指导, 保证大众文化发展的 正确方向·····	(175)
2. 树立正确的大众文化观念, 对大众文化做 出正确定位·····	(176)
3. 制定健全的文化市场法规, 引导大众文化 顺利发展·····	(177)
4. 坚持综合创新原则, 正确处理与传统文化、 外来文化关系·····	(178)
5. 尊重大众文化发展规律, 处理好大众文化 发展中的重大关系·····	(179)
参考文献·····	(184)
后 记·····	(189)

导 论

理论的功能在于解释和改造世界。现实中产生某种新的现象，理论就应该做出自己的解释，并在解释之后加以引导和改造，使之朝着合理的方向发展。大众文化的日益凸现是当代中国社会一个不容忽视的问题，那么理论就必须给予合理的解释和引导。读者面前的这本书就是一种尝试和努力。

一、一幅文化图景

人们已不经意地被形形色色的大众文化现象包围着。

驱车大街小巷，墙壁上、大楼上、各种各样的支架上满眼都是五彩缤纷的广告，它们在向人们宣称着什么样的商品是最好的，哪里的商店最值得去，用什么方式购买什么样的东西会给人们带来最大的收益，或者告诉人们什么样的生活是合理的，什么样的活动不能做，……这些广告在向人们提出某种诱导、规劝、指令的同时，也以其悦目、刺激的画面带来感官的愉悦、心理的享受，也就是说，它们是广告同时也是文化。尤其是在夜晚，五光十色的霓虹灯在渲染着商品世界诱惑力的同时，又为城市增添了巨大的美感力量。在这样的广告世界中，人们所获得的绝不仅仅是商业的信息，而且有艺术的感觉。

你想坐下来休息一下，刚把车停在路旁，或许你的身边就围过来几个人，悄悄地问你“要软件吗？要光盘吗？要游戏吗？……”如果你感兴趣，你完全可以从其中某一个人的身上找到从泰坦尼克到某位演员专集到乌七八糟的色情光盘，这些人还会不停地向你介绍着各种光盘的内容，并根据你的反应突出地介绍其中的某一部分内容。现代科技成果携带着文化的信息，以商品的形式从这些衣衫不整的地下商人的衣袋中露出，这些或许没有什么文化水平的人会头头是道地给你

介绍正版、盗版、刻录盘、复制盘、压缩盘等，也许在你感到惊讶时，有一个人会毫不犹豫地告诉你：“哥儿们，别看我只上了小学三年级，但玩这种科技产品，我比你强得多。”不错，文化和科技在这个时代已经普遍化了。当然，普遍化了的技术和文化的意义比知识精英的理解要复杂得多，至少，商业性的意味是不容否定的。

离开了这个地方，你想到电影院去看一看有什么电影，于是你会发现电影节目标栏中排满了一个月的言情片、故事片、科技片、新闻片等，在节目栏的旁边张贴着富有诱惑力的招贴画，以醒目而震惊的画面向你介绍不同电影的情节和内容，使你产生一种不看这种电影就会招致巨大损失的感觉。在电影院的旁边也许又有镭射电影、环幕电影、立体电影等，那里的节目栏也会告诉你在那里你会欣赏到你根本意想不到的艺术景观。或者，你对这一切都不感兴趣，你转眼到稍微远一点的地方，那里正传出勾人心弦的流行歌曲，原来是装潢精美的KTV、卡拉OK、RTV等。在这些地方你尽可以获得娱乐、消遣、享受、消费等等。甚至可以说，只要你愿意满足的，这里你都可以获得——只要你花钱。

当你感到有些饥饿，想吃点东西，不要紧，只要你转一转身，就会发现那个长着大胡子的外国佬对你微笑，向你呼唤：来吧，肯德基在等待着你。而在这个大胡子的旁边，你也许还会发现有那么一句诱人的广告词：在这里，你可以享受到来自异国的情调。吃饭可以获得一种异国情调，多么诱人的乐趣。你不愿去会见那位大胡子，无所谓，另一串闪闪发光的英文字母正在召唤着你，McDonald's 或者 Pizza hut。当然，你可能不喜欢来自国外的食品，那么各种各样招牌各异的本国餐馆、饭店也以夸张式的手法向你展示着自己的特色，而且你甚至可以在这里欣赏到来自国内或国外的艺术团体的表演。吃和玩在这里完全可以融为一体。

浏览着书摊上的大众化报刊杂志，观赏着商店橱窗里闪光耀眼的各种商品，领略着广场上五花八门的群众性文艺活动，你回到了自己家中。打开电视机，你马上又进入了另一个世界，不断地按动遥控器的按键，你可能回到唐明皇身边，置身于书剑恩仇录里，或者和一群

天天无事可干的公子小姐一起围绕着一个什么也不懂而只会调皮捣乱的还珠格格嬉戏玩耍，你也许会来到远在地球那一面的夏威夷沐浴着阳光、拥抱着沙滩，或者来到非洲大森林里和土著人一起围剿大象和狮子。电视机是一个无所不有的信息源，几乎你要什么它就会给你什么，让你沉浸在一个完全异在的世界。你可以被动地作为一个接受者锁定在一个频道上随着画面的移动而领略不同的景观，你也可以作为一个主动的选择者不断地搜索自己喜欢的节目。

你不想受到别人或者媒体的左右，你想个性化一点，于是你打开电脑网络，沿着你熟悉或不熟悉的路径，调出众多网址中的一个，你便进入了一个虚幻而又真实的空间，一大群俊男靓女展现在你的面前，你不喜欢这种少年的游戏，拖动鼠标，服装销售，再拖动鼠标，学术动态，再拖，科索沃局势，……你可以无限地换下去，这时候，你似乎感觉到自己实际上已经没有了空间和时间，你完全置身于时空的零存在中。现代科技所带来的信息丛已经使你的生命感觉发生了根本的变化。超越性和平面性在这里实际上已经重合了。

夜深了，躺在床上，仔细回想着你所领略到的这幅图景，它们是什么呢？是生活，不错，这正是在日常生活中再常见不过的东西了。可是，似乎在这些生活现象的背后还有些什么东西，是什么呢？是某种更为深刻的意义，是的，在生活细节的背后不都隐含着一种乃至几种意义吗？这种意义又是什么呢？是不是可以用文化来概括呢？似乎是可以的，可是又有点儿不对劲，在往昔的理解中，文化似乎总是逻辑性、系统性、规范性的价值观、理论体系，是挺深奥的东西，而这一切似乎都那么日常化；特别是，文化似乎总是知识分子才能够创造、理解和传播的东西，而这一切似乎人人都在参与、接受和领会，而且每个人的领会似乎都有所不同。也就是说，这些生活性的现象的生产、传播、接受、消费、反馈的方式和往昔理解中的文化的方式存在着一定的差异。那么，我们究竟能不能称这些现象为文化呢？可以，而且，它们已经有了一个专门的文化名称：大众文化。