

人民出版社出版的这套“高等院校文化产业基础”，是山东大学文化产业管理学系成立伊始即已启动多年方才完成的一套大学本科基础教材。首批六种分别是：《文化产业概论》、《文化产业管理》、《文化资源学》、《文化产业文献导读》、《文化知识产权》、《文化产业管理案例》。这六种教材对应的都是《文化产业管理学》的核心课程。最初的备课教案《文化产业管理》经历2004年一年间的三轮修改。同时，这前国内高校文化产业管理专业教师完成的教材。此外，这书也非普通教材，它也是山东大学某些教授精心提炼某些共理念。我们

但“产业”意为“工业”后形成的一种产业，提供了强大的动力，如留声机、照像机、印刷机、播放器、摄影机以把一件文化产品按产业的需求量复制，火车、轮船又是以把海量文化产品的营销链条无限延展。正随着工业文明体系的建立，才产生了真正产业意义上的文化产业。2. 认为“农业文明”关联的只是“文”，“工业文明”关联的是“现代文化产业”，而技术关联的则是“当代文化产业”。数字技术对文化的最大影响，就是使文化产品彻底突破了时间与空间的限制，从而创造出巨大的利润，“文化产业”也成为“朝阳产业”、“黄金产业”，或“最后一块蛋糕”。但是，这也同时提醒我们，不能笼统地“文化产业”认定为“朝阳产业”，只有数字技术所生产“当代文化产业”才是“朝阳产业”。从这一意义上，以“三屏产品”（电视屏、网络屏、手机屏）为代表的数字文化产业，应该成为当代文化产业发展的主流。第二，关于文化产业的公众认知和理论导向，我书有以下四点：1. 认为“文化、创意、财富”是文化产业的本质表达元素，也是“文化产业”最通俗平实的诠释。2. 认为“文化”经过“创意”而产生“财富”，这之间并不存在“阿里巴巴”式的神话，存远是《资本论》中所描述的从商品到货币的“惊险”一跃。而且，与工业、农业相比，文化产业的市场是“弹性”而非“刚性”的，这也就意味着这一产业的冒险性。因而在宣传文化产业是“黄金产业”、“最后一块蛋糕”的同时，更应突出“文化产业的高风险”。这一往往被忽视的观点。3. 认为文化产业的发展“文化”始终是一把双刃剑，既有普及、提升文化的意义，又始终包含着强烈的“反文化性”。4. 高度认同“文化资源的丰富是中国文化产业的最大特点和最大优势所在”。2002年的中国共产党第十六次全国代表大会，首次在大会报告中提出发展文化产业的战略部署。2003年1月，时任中共中央政治局委员、中国社科院院长李铁映撰文指出：“中华民族有着五千年悠久的历史灿烂的文化，其文化累积之丰厚，文化形态之多，文化哲学之深刻，是世界上其他国家少有的。这是怎么估价也不过分的宝贵的文化资源，是我们得天独厚的优势。对于中国新兴的文化产业来说，启动并整合这些文化资源，就有可能形成具有中国特色的文化产业，并在全球市场的激烈竞争中占有可观的优势。”这“对中国文化产业优势与特征的科学认识，至今仍然具有强烈的导向意义，当下中国文化产业最现实、最积极的发展策略就是如何将“历史文化资源大国”变为“文化强国”。这其中，历史文化资源与数字技术的结合可能是最值得关注的方向。第三，关于近30年中国文化产业理论研究的“学理架构”和当下的学科建设，我

丛 书 主 编

王育济
韩英

Wenhua Chuanboxue

文化传播学

陈晓莹 编著

海峡出版发行集团 | 福建人民出版社
THE STRAITS PUBLISHING & DISTRIBUTING GROUP | FUJIAN PEOPLE'S PUBLISHING HOUSE



丛 书 主 编

王育济
韩 英

文化传播学

陈晓莹 编著



海峡出版发行集团 | 福建人民出版社
THE STRAITS PUBLISHING & DISTRIBUTING GROUP | FUJIAN PEOPLE'S PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

文化传播学/陈晓莹编著. —福州: 福建人民出版社, 2017. 7

高等院校文化产业基础教材/王育济, 韩英主编
ISBN 978-7-211-07640-6

I. ①文… II. ①陈… III. ①文化传播—高等学校—教材 IV. ①G206

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 071883 号

文化传播学

WENHUA CHUANBO XUE

编 著: 陈晓莹

责任编辑: 黄须友

出版发行: 海峡出版发行集团

福建人民出版社

电 话: 0591-87533169(发行部)

网 址: <http://www.fjpph.com>

电子邮箱: fjpph7211@126.com

地 址: 福州市东水路 76 号

邮政编码: 350001

经 销: 福建新华发行(集团)有限责任公司

印 刷: 福州万达印刷有限公司

地 址: 福州市仓山区金山大道 618 号橘园洲工业园 19 号楼

开 本: 787 毫米×1092 毫米 1/16

印 张: 15.5

字 数: 261 千字

印 数: 1—3000

版 次: 2017 年 7 月第 1 版

2017 年 7 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-211-07640-6

定 价: 31.00 元

本书如有印装质量问题, 影响阅读, 请直接向承印厂调换
版权所有, 翻印必究

序

2004年1月，教育部新设“文化产业管理”本科专业，山东大学历史文化学院成为全国首批承担这一专业的四个院系之一，并于当年实现了本科招生。次年春，山东大学文化产业管理学系成立。

任何一门学科的基础与范式，都只能建立在对研究史的总结之上，这是学科建设的第一块基石。山东大学已故史学名师郑鹤声先生有言：历史系每成立一个教研组，其首要工作必是整理学界相关著述之索引。基于这种办学传统，山东大学文化产业管理学系成立伊始，即会同历史系、档案系、考古系等，着手基础资料库的建设，并渐次启动《中国文化产业学术年鉴》1979—2008年各卷的编纂工作。《中国文化产业学术年鉴》按学术编年史的框架，通过“年度学术论著选编”“评价集成与结论”“研究总目索引”等形式，对改革开放30年来中国文化产业研究的学术历程进行了系统的梳理。《中国文化产业学术年鉴》的编纂工作历时7年，出版后获得学术界、文化界的广泛好评，被认为是“涵盖了近30年相关领域中最完整的学术信息和最丰富的理论内容，既包括文化产业的概念、定义、逻辑内涵、行业边际、学科特点等学理方面的研究，又包括中国文化产业的历史、现状、行业模式、区域布局、新兴业态、业内典范等方面的宏观理论、政策和案例研究……近700万字的各类索引，更是为文化产业的学术理论研究和文化产业的发展提供了海量资讯”（《光明日报》2010年3月31日）；产业界、政府管理层，甚至央视《新闻联播》等，也对这套历时7年而成的学术年鉴给予了特别关注。

与《中国文化产业学术年鉴》相类似，现由福建人民出版社出版的这套“高等院校文化产业基础教材”，也是山东大学文化产业管理学系成立伊始即已启动，历时多年才完成的一套大学本科基础教材。该教材所对应的都是山东大学文化产业管理专业的核心课程，从最初的备课教案、自编讲义开始，经历过2004年至2012年间的若干轮授课实践和若干轮修改。

同时，这也是目前国内唯一一套由同一所院系的一线授课教师完成的本科基础教材。因而，除了相对严谨、扎实之外，这套教材也非常适合大学本科教学。

作为一套完全由山东大学一线授课教师所完成的教材，自然还会表现出某些“山大特色”，即山东大学师生有关文化产业的某些共识性的理念。

第一，关于“文化产业”自身的发展历程，我们的共识有两点：

1. 认为“文化产品”的历史可以追溯久远，但“产业”意义上的“文化产业”则是现代“工业革命”后形成的一种产业体系。工业革命提供了强大的能源动力，如留声机、照相机、印刷机、播放器、摄影机等可以把一件文化产品按产业的需求海量复制，火车、轮船、飞机又足以把海量文化产品的营销链条无限延展。正是伴随着工业文明体系的建立，才产生了真正产业意义上的现代文化产业。

2. 认为“农业文明”关联的只是“文化产品”，“工业文明”关联的是“现代文化产业”，而数字技术关联的则是“当代文化产业”。数字技术对文化产业的重大影响，就是使文化产品彻底突破了时间与空间的限制，从而创造出巨大的利润，“文化产业”也因此而成为“朝阳产业”“黄金产业”，或“最后一块暴利蛋糕”。但是，这也同时提醒我们，不能笼统地把“文化产业”认定为“朝阳产业”，只有数字技术所催生的“当代文化产业”才是“朝阳产业”。从这一意义上说，以“三屏产品”（电视屏、网络屏、手机屏）为代表的数字文化产业，应该成为当代文化产业发展的主要方向。

第二，关于文化产业的公众认知和理论导向，我们的共识有四点：

1. 认为“文化、创意、财富”是文化产业三个最为本质的表达元素，也是“文化产业”最通俗、最平实的诠释。

2. 认为“文化”经过“创意”而产生“财富”，这之间并不存在“阿里巴巴”式的神话，存在的永远是《资本论》中所描述的从商品到货币的“惊险的跳跃”。而且，与工业、农业相比，文化产业的市场需求是“弹性”而非“刚性”的，这也就意味着这一产业更大的风险性。因而在宣传文化产业是“黄金产业”“最后一块暴利蛋糕”的同时，更应突出“文化产业的高风险性”这一往往被忽视的观点。

3. 认为文化产业的发展对“文化”始终是一把双刃剑，既有普及、提升文化的功能，又始终包含着强烈的“反文化性”。

4. 高度认同“历史文化资源的丰富是中国文化产业的最大特点和最大

的优势所在”。2002年的中国共产党第十六次全国代表大会，首次在大会报告中提出发展文化产业的战略部署。2003年1月，时任中共中央政治局委员、中国社科院院长的李铁映撰文指出：“中华民族有着五千年悠久的历史 and 灿烂的文化，其文化累积之丰厚、文化形态之多样和文化哲学之深刻，是世界上其他国家少有的。这是一笔怎么估价也不过分的宝贵的文化资源，是我们得天独厚的优势。对于中国新兴的文化产业来说，启动并整合、包装这些文化资源，就有可能形成具有中国特色的文化产业，并在全球市场的激烈竞争中占有可观的优势。”这些关于中国文化产业优势与特征的科学认识，至今仍然有着强烈的导向意义，当下中国文化产业最现实、最积极的发展策略就是如何将“历史文化资源大国”变为“文化产业强国”。这其中，历史文化资源与数字技术的结合，可能是最值得关注的方向。

第三，关于近30年中国文化产业理论研究的“学理架构”和当下的学科建设，我们的共识有三点：

1. 认为“文化产业”这一概念在近30年的中国出现，并不是对法兰克福学派“文化工业”概念的简单转译，它的生成，可以直接追溯到改革开放之初对知识分子地位的认定：由于当时知识分子已从“臭老九”跃升为工人阶级的一部分，于是各个“知识部门”，如教育、文化部门等，也就与“农业”“工业”一样，成为“一种生产部门，一种产业部门”。正是在这种理论思维的推动下，“第三产业”的概念在1980年前后即为中国学术界所关注。“第三产业”作为一个包含着“知识生产”在内的术语，又直接导致了“文化产业”这一概念的生成。因而早在1981年就出现了“文化的产业化”的说法，出现了“第四产业”与“精神经济学”之间的讨论，至1987年就出现了“文化产业”的概念。尽管当时尚无学者对这一概念进行定义，但是这一概念所具有的“望文生义”的优势十分明显，与中国传统思维的路数亦十分吻合——无需定义和解说，即可粗知内涵。正因如此，“文化产业”这一概念才能超越“第四产业”“精神经济学”，以及后来的“文化工业”“创意产业”“内容产业”“版权产业”等外来概念，被中国学术界和社会普遍接受。“文化产业”这一概念在中国首度出现的时间是1987年，远早于20世纪90年代末才为学界所引介的“文化工业”，因而“文化产业概念的内生性”，是近30年来中国文化产业理论最重要的“学理性起点”。

2. 认为作为国家战略层面上的文化产业发展起始于近十年，但关于文

化产业的学术研究则贯彻于近 30 年。其中重要的节点是：1979 年以来经济学界关于“精神产品”和“知识价值”的讨论；20 世纪 80 年代学术界关于“第三产业”“第四产业”“精神经济学”“文化市场”“文化个体户与经纪人”“文化搭台与经济唱戏”“大众消费文化与精英文化”的讨论；20 世纪 80 年代中期“文化产业”概念的首度出现，以及 20 世纪 90 年代有关“文化产业”“创意产业”“版权产业”“文化经济学”“文化管理学”的诸多讨论；2000 年以来关于“文化事业与文化产业”的讨论，以及党的十六大以后国家战略层面上的文化产业研究；等等。对这些节点进行整合性梳理，可以为当下中国文化产业学科奠定坚实的基石，也是创立有中国气派、中国风格的文化产业理论体系的必由之路。

3. 认为文化产业管理专业作为教育部新设的一个十分年轻的应用型专业，就其人才培养目标而言，可以简单表述为：既要有纵贯古今的文化视野，也要有策划经营的文化理念，以及现代产业意识和经营思路的复合型人才。但就课程的设置和教学的重心而言，文化产业管理专业显然应该与具体的工艺美术设计、图书编辑出版、游戏创意、景区规划，以及演艺产业、广告产业、体育产业、旅游产业等有所区别。所以，在文化产业的教学、科研和学科建设中，应该突出“通识意识”“学问意识”和“经典意识”，要从学术史的梳理中奠定这一应用学科的学理基础；要引导学生关注工业革命以来有关“文化工业”“文化产业”的经典文献，关注近 30 年来中国学术界在文化与文化产业问题上的深度思考，从而保持大学教育应有的内在思想的活力、反省能力、质疑能力和价值动力。换言之，“文化产业”这一学科所面对的问题可能非常现实、非常政治和非常经济，但大学教育和学科建设仍应该与“现实”“政治”“经济”拉开距离，要努力建立并坚持大学自身的学术话语，并依据大学应有的治学逻辑设计学科建设的路径。

以上理念和观点主要体现在《山东大学关于增设“文化产业管理”本科专业的建议报告》（2003 年）、《山东大学关于建立山东省文化产业研究基地的论证报告》（2003 年）、《培养文化产业管理专业的合格人才》（2004 年）、《文化产业：学术阐释的原则与目的》（2006 年）、《加强文化产业的基础理论研究》（2006 年）、《文化·创意·财富：三论“文博会”主题词》（2006 年）、《论文化、创意、财富三者之间的关系》（2006 年）、《关于文化创意产业的几点认识》（2006 年）、《也谈文化与文化产业的关系》（2006 年）、《1987：中国文化产业的重要节点》（2009 年）、《中国文化产业学术

年鉴 2003—2008 年卷出版说明》(2009 年)、《中国文化产业学术年鉴 1979—2002 年卷特别说明》(2009 年)、《文化产业学科建设要有四大意识》(北京大学第七届文化产业新年论坛主题发言)(2010 年)、《济南历史文化资源与文化产业》(济南市政策研究室委托课题结项报告;文化部基层文化干部培训班讲义)(2012 年)、《数字技术与当代文化产业》(济南市第三届青年科学家论坛主题发言)(2012 年)等相关文献和著述中。山东大学的各位同仁在教学和研究中对这些方面的问题思考和讨论也较多,所形成的共识也都以这样或那样的方式渗透、沉淀在这套教材的相关章节之中。这也使得这套教材有了一些区别于其他著述的显著特色。

这套“高等院校文化产业基础教材”的出版,得益于福建人民出版社的全力支持和赖炳伟先生的促成,从选题调研、审定编写提纲、编稿到今天的付梓,时间已过去了一年多,这期间,赖炳伟先生以及责任编辑们的工作热忱和辛劳,感动了我们每一位作者。可以说,没有他们的努力,这套教材可能还会以内部讲稿的形式存在若干年。

《中国文化产业学术年鉴》1979—2008 年各卷的编纂和这套教材的出版,大致夯实了山东大学文化产业学科建设的基础,但能否在这一基础上更筑层楼,显然还有待更多的努力。

是为序。

王育济

2012 年 8 月 23 日

目 录

第一章 文化传播学及其研究范畴	(001)
第一节 文化	(001)
第二节 传播	(008)
第三节 文化传播与文化传播学	(024)
第二章 文化传播的基本问题	(031)
第一节 文化传播的特征、功能与环境	(031)
第二节 文化传播的途径与方式	(037)
第三节 文化传播的模式与规律	(045)
第四节 文化传播的历史演变	(050)
第三章 文化传播的理论与研究方法	(058)
第一节 文化传播研究的理论渊源	(058)
第二节 文化传播的原理	(066)
第三节 文化模式与文化传播	(074)
第四节 文化传播的研究方法	(099)
第四章 文化传播符号	(107)
第一节 符号与意义	(107)
第二节 语言符号	(112)
第三节 非语言符号	(116)
第五章 文化传播者	(123)
第一节 文化传播者与传播致效因素	(123)
第二节 文化传播者与把关人	(129)
第三节 文化传播者的制度环境与社会控制	(135)
第六章 文化传播与媒介	(140)
第一节 媒介与媒介类型	(140)
第二节 媒介理论	(146)



第三节	新媒介与文化传播	(153)
第七章	文化传播的受众	(161)
第一节	受众的特点与类型	(161)
第二节	受众研究理论	(165)
第三节	受众的心理	(171)
第八章	文化传播的效果	(189)
第一节	传播效果研究的历程（上）	(189)
第二节	传播效果研究的历程（下）	(197)
第三节	传播效果的影响因素	(214)
主要参考文献		(226)
后 记		(235)

第一章 文化传播学及其研究范畴

第一节 文化

一、文化的定义

科学地界定“文化”的概念是研究文化传播学的前提和基础。在当今社会，“文化”是一个内涵与外延极为丰富、应用极为广泛的词语。它既是一个严肃的学术用语，也是人们生活中喜闻乐见的常见用语。但是，究竟何为“文化”，却一直是一个众说纷纭的问题。围绕着它的概念，中外学者形成了数百种不同的说法。

“文化”一词在中国古已有之，首见于西汉刘向所著《说苑·指武》：“圣人之治天下也，先文德而后武力。凡武之兴，为不服也，文化不改，然后加诛”^①，为文治和教化之意。在古代社会，这一词语的应用并不普遍，大意指以诗书礼乐、伦理道德等教化世人，偏重于精神层面。而现代意义上的“文化”概念起源于日本。日本学者在译介西学时，用“文化”一词对译英语中的“culture”一词，后经留日中国学者将此概念转引至中国社会，“文化”这一古老的词汇遂被赋予新的意义。

英语中的“culture”起源于拉丁语，有耕作、居住、掘垦、动植物培育等含义，后来逐渐延伸出与物质性意义相对的精神含义，具有性情陶冶、品德教化等涵义。但“culture”一词作为学术研究的术语，却是从近代欧洲开始的。据英国学者雷蒙德·威廉斯（Raymond Williams）考证，从18世纪末开始，“culture”一词的词义与用法发生了重大变化：“在此

^① 刘向著，向宗鲁校证：《说苑校证》卷十五《指武》，380页，北京，中华书局，1987。



之前，这个词基本上是指‘培养自然的成长’，此后类推为指人类训练的过程。后面这个用法，在18世纪到19世纪初期却又变成自成一义的‘文化’，通常是指某种事物的文化。这时它的第一个意思是‘心灵的普遍状态或习惯’，与人类追求完美的思想观念有密切关系。第二个意思是‘整个社会里知识发展的普遍状态。’第三个意思是‘各种艺术的普遍状态。’其后，又有第四个意思：‘文化是一种物质、知识与精神构成的整个生活方式。’”^①

随着时代的发展，学者们分别从不同学科、不同角度探讨了文化的定义，到目前为止已有数百种关于“文化”的定义。据统计，“到20世纪70年代，世界文献中的文化定义已达到250多种。这几乎成了有多少人研究文化，就能产生多少文化概念”^②。无怪乎英国学者威廉斯认为，“文化”一词是英语语言中最复杂的两三个词之一。

若要讨论文化的定义，就不能不提人类学之父英国人类学家爱德华·泰勒（E. B. Tylor）。1871年，他提出了一个对后世影响很大的定义：“文化，或文明，就其广泛的民族学意义来说，是包括全部的知识、信仰、艺术、道德、法律、风俗以及作为社会成员的人所掌握和接受的任何其他的才能和习惯的复合体。”^③ 这一定义强调了文化在精神层面的属性，并成为有关文化的经典定义。

美国文化人类学者露丝·本尼迪克特（Ruth Benedict，也有人译作鲁思·本尼迪克特）考察与研究了不同民族的特点与文化模式，认为“文化是通过某个民族的活动而表现出来的一种思维和行动方式，一种使这个民族不同于其他任何民族的方式”^④，把文化视为民族之间差异的本质所在，从另一个角度提出了文化的定义。

美国社会学家保罗·布莱斯蒂德（Paul J. Braisted）着重从社会共享的价值观念与行为特征等方面入手，认为：“文化是一个具有多种意义的语词，这里用作更为广泛的社会学含义，即是说，用来指作为一个民族社

① [英] 雷蒙德·威廉斯著，吴松江、张文定译：《文化与社会》，18—19页，北京，北京大学出版社，1991。

② 林耀华主编：《民族学通论》，380页，北京，中央民族大学出版社，1997。

③ [英] 爱德华·泰勒著，刘建荣译：《原始文化——神话、哲学、宗教、语言、艺术和习俗发展之研究》，1页，上海，上海文艺出版社，1992。

④ [法] 维克多·埃尔著，康新文、晓文译：《文化概念》，5页，上海，上海人民出版社，1988。

会遗产的手制品、货物、技术过程、观念、习惯和价值。要之，文化包括一切习得的行为，智能和知识，社会组织和语言，以及经济的、道德的和精神的的价值系统。一个特定文化的基本要素是它的法律、经济结构、巫术、宗教、艺术、知识和教育。”^①

美国文化人类学家克利福德·格尔兹（Clifford Geertz）则从符号的角度定义文化：文化“是一种通过符号在历史上代代相传的意义模式，它将传承的观念表现于象征形式之中。通过文化的符号体系，人与人得以相互沟通、绵延传统，并发展出对人生的知识及对生命的态度”^②，这一界定对我们理解文化的传播属性颇具启示意义。

1952年，美国文化学者克罗伯（Alfred Louis Kroeber）和克拉克洪（Clyde K. M. Kluckhohn）在《文化：概念和定义的批判考察》中，对西方自1871至1951年期间有关文化的160多种定义进行了梳理与辨析，并从符号—文化学派的立场出发，指出：“文化由外显和内隐的行为模式构成，这种行为通过象征符号而获致和传递，文化代表了人类群体的显著成就，包括它们在人造器物中的体现；文化的核心部分是传统的（即历史地获致和选择的）观念，尤其是它们所带的价值。文化体系一方面可以看作是活动的产物，另一方面则是进一步活动的决定因素。”^③ 这一定义影响深远，并为许多学者所接受。

中国学者也从不同的侧面和角度对文化的概念进行了界定。如梁启超在《饮冰室合集·文集》之三十九《什么是文化》中认为，“文化者，人类心能所开积出来之有价值的共业也。”^④ 梁漱溟在《中国文化要义》中认为：“文化，就是吾人生活所依靠之一切……文化之本义，应在经济、政治，乃至一切无所不包。”^⑤ 《辞海》则将文化定义为：“广义指人类在社会实践过程中所获得的物质、精神的生产能力和创造的物质、精神财富的总和。狭义指精神生产能力和精神产品，包括一切社会意识形态；自然科

① [美] 布萊斯蒂德：《文化合作：未来时代的基调》，转引自陆扬、王毅：《文化研究导论》，6—7页，上海，复旦大学出版社，2006。

② [美] 克利福德·格尔兹著，纳日碧力戈等译：《文化的解释》，11页，上海，上海人民出版社，1999。

③ 傅铿：《文化：人类的镜子——西方文化理论导引》，12页，上海，上海人民出版社，1990。

④ 梁启超：《饮冰室合集·文集》之三十九《什么是文化》，第五册，98页，北京，中华书局，1989。

⑤ 梁漱溟：《中国文化要义》，1页，上海，学林出版社，1987。



学、技术科学、社会意识形态。有时又专指教育、科学、文学、艺术、卫生、体育等方面的知识与设施。……”也就是说，广义的文化涵盖了人类在社会历史实践过程中所创造的物质财富和精神财富的总和。而狭义的文化则是人类精神活动及其产品的总称。

二、文化的构成

“文化”一词如此简单，却又如此复杂。对这个包罗万象而又歧义丛生的名词，学者们给予了极大重视，分别从各自的学术立场与观察角度出发，给出了自己的界定。这些定义互有短长，又相互补充。综而观之，这些定义虽然各有不同，但亦有其内在的统一。就文化的构成而言，“文化”主要有三个层次：物质文化、制度文化和精神文化。

物质文化也称器物文化，是指人类为满足生存需要而在与自然的交互过程中所产生的物质生产活动及其产物，以及在创造过程中所使用的手段、工艺、方法等。它主要包括生产工具、生活工具以及其他物质产品，如服饰、建筑物、交通工具、器皿等等，反映出人类改造自然的能力与技术发展水平。物质文化是人类所创造出来的最原始的文化形态，是一种表层次的文化。它是文化构成中最活跃、最易变动的部分，也是在文化的沟通与交流中最容易被不同文化所接受的部分。

制度文化是人们为反映和确定一定的社会关系并对这些关系进行整合和调控而建立的一整套规范体系。在漫长的历史发展进程中，依据不同的哲学理论与意识形态，人们制定与形成了不同的法律、规章制度、礼仪风俗等，以规范人与人、人与群体、群体与群体之间的关系，调节人们的社会行为，维持正常的社会关系和社会生活。这是一种中层次的文化。

精神文化也称观念文化，是以心理、观念、理论形态存在的文化，是人类在社会实践与意识活动中形成的，主要指人们的心理结构、思维方式和价值体系，包括哲学、科学、宗教、艺术以及各种思想观念。精神文化的内涵极为丰富，是一种深层次的文化。它包括两个部分，一是存在于人们心中的文化心态、文化心理、文化观念、文化思想、文化信念等。二是已经理论化、对象化了的的思想理论体系，即客观化了的的思想。

这三个层面相互影响，相互制约，相辅相成。其中物质文化是整个文化的基础，也是其中最活跃、变化最快的要素。制度文化规范与制约人与人之间的关系，是文化形成与创造的协调与保证。精神文化则是文化的核心部分，也是文化变迁中最稳定、最难改变的部分。

三、文化的特征

为了进一步说明文化的性质和文化概念的内涵,对文化特征的描述是十分必要的。综合各派学者对文化的定义,归结文化的一般特征如下:

(一) 文化是人类在进化过程中衍生出来或创造出来的

大自然中的自然存在物及其运动不是文化,只有经过人类加工制作,或赋予其意义的才是文化。例如岩石、树木、河流本身都不是文化,但经过人类加工的岩画、园林、都江堰却是文化。奇石由大自然雕琢而成,本来只是纯粹的自然物,但在人类基于自身的价值取向,赋予其特定的意义之后,便具备了一定的观赏价值,成为文化。火是大自然的产物,不是文化,但人类钻木取火的技术却属于文化。黄河本来只是大自然的一条普通河流,但因其对中国人的特殊意义,遂成为中国文化的重要象征。总而言之,文化是人类在进化过程中衍生与创造而来的。

(二) 文化不是天生的,是习得的

习得性是文化最重要的特点。文化不是先天具有的,而是后天习得的,比如人的经验、知识、技能、价值观等,都是社会化的产物。人从出生开始,就通过家庭、学校等多种方式学习待人接物、知识技能、思想观念等文化要素。比如,人说话的能力是天生的,这不是文化。但是说哪种语言如英语或汉语却是后天习得的。人类天生就有性别差异,这不是文化,但如何理解两性的差异,如何做才符合社会对男性或女性的要求,却是要后天习得的,这就属于文化的范畴。

(三) 文化是一个群体或社会全体成员所共同享有的

文化是在人类的实践活动中,为了满足群体需要而创造出来并为群体所共同遵守、享用与传播,例如制造工艺、语言文字、礼仪规范、规章制度、价值观念等。文化为群体所共享,也规范与限制着个体的行为,以协调社会关系,保障社会的正常运行。如果个别人具有一些特殊的习惯与行为模式,并且仅限于其自身,则这仅仅是个人的一种习惯,而不能成为这个社会所共享的文化。

(四) 文化是一份社会遗产,是一个连续不断的动态过程

文化是一个长久积累的过程。在漫长的社会发展历程中,人们习得了制造与使用工具的能力,获得了生存与发展的经验,形成了一定的风俗习惯与制度规范,创立与发展了艺术、宗教、哲学等学科与门类。这些都随着时代的发展继承与积累下来,成为人类弥足珍贵的社会遗产。同时,随



着时代的变化，文化也在继承中不断改造与更新，摒弃或增加新的内容，这也使文化自身具有了强大的生命力与适应性。因此，我们绝不能用孤立与静止的观点去看待文化，更不可因循守旧，故步自封。

（五）文化具有多样性与共同性

一方面，文化是具体的、特殊的、多样的。不同地域、不同民族、不同时代的文化存在着不同程度的差异。例如中国文化与美国文化就有较大差异，中国传统文化与现代文化亦有较大不同。这些差异体现了文化的多样性，也提醒人们要尊重文化之间的差异，避免用本民族的价值标准去评判其他民族的文化现象。

另一方面，文化是人类活动的产物。人类的类本质决定了不同民族、不同时代之间，都存在着一些带有普遍性与共同性的文化理念与现象，例如人类早期的灵魂万有观念、巫术信仰等，人类对于公平、正义的认同与追求等，这些都使得文化具有共同性的特点。

四、文化的功能

文化的功能是指文化在人类的社会生活实践中，为满足人类生存发展的需要而表现出来的价值和作用。一般来讲，文化在人类社会发展中的功能主要表现为五个方面：

（一）满足需要的功能

文化的一个重要功能是满足人类生理和心理的各种需要。根据美国心理学家马斯洛的理论，一个健康人的生理与心理需要由低到高可以分为五个层次：生理的需要、安全的需要、归属与爱的需要、尊重的需要、自我实现的需要。这些需要的满足都离不开文化。前述文化的构成有三个层面，即物质文化、制度文化与精神文化，它们对人类的衣、食、住、行等生理需求进行满足，协调与规范人与人之间的关系，并通过价值观念、思维模式等方面的构建，共同承担着满足人类以上五个需求的工作。

（二）传播功能

文化不是静止不变的，而是动态变化的。它一经产生就会在群体中与群体之间传递与共享。而传播学中的“传播”（communication）一词本身即有“交流、沟通、流传”之意。文化的习得性、群体性与共享性，决定了文化是在传播的过程中得以传承与发展的。

（三）认知功能

文化在人的一生中有着极为重要的作用。它可以丰富人们的知识，启

发人们的思考,提高人们认识世界与改造世界的能力。它是人类世世代代知识与经验的积累,其社会发展进程中形成的知识技能、礼仪风俗、思维模式等,都深切地影响着人们,引导人们去认知不断变化的客观世界,影响着人类改造世界的能力。

(四) 教化功能

文化一经被创造,便持续而深刻地塑造和影响人们的思维模式、价值观念、审美情趣和行为方式。所以“文化”又有“教化”之意,这也是文化被创造出来的一个重要目的。正如美国人类学家露丝·本尼迪克特所说,每一个人“从他出生之时起,他生于其中的风俗就在塑造着他的经验与行为。到他能说话时,他就成了自己文化的小小的创造物,而当他长大成人并能参与这种文化的活动时,其文化的习惯就是他的习惯,其文化的信仰就是他的信仰,其文化的不可能性亦就是他的不可能性。”^①

(五) 协调功能

为了保证人类的生存发展与社会系统的良好运行,人类需要运用文化来调控社会实践和人与人之间的社会关系。首先,人类在改造大自然的过程中,必须遵循自然规律,与自然和谐共处。为此,人类形成了一系列习俗,来协调与大自然的关系。比如在古代,人们基于对自然的神秘感与认知水平的制约,形成了祭祀、祈神等习俗,以希望与自然和谐共处,平安顺遂。其次,为了保障社会生活的正常进行,所有的社会成员必须遵守一定的社会规范,包括伦理道德、礼仪风俗、法律制度等,以调节人与人、人与社会之间的关系,使社会得以和谐发展。

(六) 传承与创新功能

文化具有传承的功能。在人类社会发展历程中,人们继承与总结前人的知识与经验,以便指导目前的生活,减少生活中的困顿艰险,使现在的生活更加美好。悠久的历史文化是整个民族的宝贵财富。同时,文化不是一成不变的,它总是随着时代的变化而不断发展创新,呈现出新的内容,促使人类的文明不断进步。这是一个民族文化绵延不断的重要源泉。继承与创新是文化的重要功能,两者对立统一于文化传承的全过程。

(七) 凝聚功能

文化的凝聚功能来自于文化的共享性所形成的文化认同感。在相同的

① [美] 露丝·本尼迪克特著,何锡章、黄欢译:《文化模式》,2页,北京,华夏出版社,1987。