

WOGUO DAZHONG

TAIQUANDAO

FAZHAN DE

SHEHUIXUE YANJIU

我国大众跆拳道 发展的社会学研究

◆ 刘卫华 著



NORTHEAST NORMAL UNIVERSITY PRESS

WWW.NNUP.COM

东北师范大学出版社

中国体育史
CHINESE HISTORY OF PHYSICAL EDUCATION AND SPORTS
1911—1949

民国大众的举重 发展的社会学研究

王 斌 著



人民教育出版社

我国大众跆拳道 发展的社会学研究

■ 刘卫华 著



NORTHEAST NORMAL UNIVERSITY PRESS

WWW.NEUP.COM

东北师范大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

我国大众跆拳道发展的社会学研究 / 刘卫华著. -- 长春: 东北师范大学出版社, 2017.9
ISBN 978-7-5681-3874-1

I. ①我… II. ①刘… III. ①跆拳道—发展—研究—中国
IV. ①G886.9

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第245787号

策划编辑: 王春彦

责任编辑: 卢永康

封面设计: 优盛文化

责任校对: 时星燕

责任印制: 张允豪

东北师范大学出版社出版发行
长春市净月经济开发区金宝街118号(邮政编码: 130117)

销售热线: 0431-84568036

传真: 0431-84568036

网址: <http://www.nenup.com>

电子函件: sdcbs@mail.jl.cn

河北优盛文化传播有限公司装帧排版

北京一鑫印务有限责任公司

2018年1月第1版 2018年1月第1次印刷

幅画尺寸: 170mm×240mm 印张: 12 字数: 213千

定价: 42.00元

湖南省重点学科体育学建设项目资助成果

2016 年湖南省普通高等学校教学改革研究项目（湘教通〔2016〕400）号成果

吉首大学 2016 年教学改革研究项目（重点项目：2016JSUJGA07）成果

博士论文



新时期，我国的体育事业面临着三个重要转变：从体制内的精英体育向社会大众体育转变；从社会的政治需要向人的根本需要转变；从社会的强制性功利需求向个人健康幸福的主动需求转变。体育在发展的同时，也产生了许多新的社会问题，如人口老龄化、环境污染、现代“文明病”、价值观扭曲等，特别是现代工业文明所导致的人与人的对立，人与人的互相疏离，最终使人成为“单向度的人”，解决这些社会问题需要一些综合的措施，而作为时下社会上广泛开展的、流行的、有效的健身项目之一的大众跆拳道是这些措施的重要组成部分，尤其是在社会层面上能够充分体现当代人的自我完善、个性发展和身心舒畅的共同追求，为人们带来健康和快乐，满足现代人越来越强烈的身心需求。因此，面对当今社会的时代背景，面对人们对“健康、快乐、休闲、娱乐”的强烈身心需求，我们不仅要大众跆拳道要有一个全方位的认识和解读，更需要进行系统性的关注与研究。

目前，跆拳道的道馆、俱乐部已经遍布我国 32 个省、直辖市和自治区，即使是经济欠发达的边远地区如新疆、青海、西藏也有数百家道馆。大众跆拳道形成了以大城市为中心，向中小城市及周边县城辐射发展的趋势。跆拳道运动在我国发展迅速，从 4 至 5 岁的幼儿、中小学生到大学生、上班族和都市白领，纷纷把跆拳道作为健身、防身、休闲的首选。为了更好地推广跆拳道运动，世界跆拳道联盟对跆拳道道馆的管理、教学、晋级考核等制度进行了严格的规定，成员国也派出高水平的教练和国家示范团到世界各地进行交流表演。大众跆拳道已形成了以世界跆拳道联盟及其会员国跆拳道协会或联盟为管理组织；以跆拳道道馆或跆拳道俱乐部为基本传播形式；以健身、精神修炼、娱乐为理念；以礼仪、品势、腿法、步法、自卫术、竞技为内容的发展模式。在我国，大众跆拳道迅速发展，中国跆拳道协会积极投入到了大众跆拳道的发展中，出台了一系列有关大众跆拳道发展的法规制度，进一步规范了我国跆拳道道馆、俱乐

部的管理制度；从2006年开始，组织举办了一系列全国大众跆拳道比赛，逐渐形成了成熟的大众跆拳道竞赛体制；国家体育总局拳击跆拳道运动管理中心组织了中国国家跆拳道示范团。这些举措规范推动了我国大众跆拳道的发展，也形成了我国大众跆拳道的发展体系。

作为舶来体育运动项目，跆拳道能够满足我国广大人民群众对健康、快乐、休闲、娱乐的多需求，在我国各地得到广泛传播和开展，必定有其“与众不同”之处。抱着这样的思考，笔者试图对跆拳道在我国发展的社会因素做一个全方位的认识和解读，把跆拳道植入社会学视野，从多维视角进行研究、分析，找出其在我国发展的主观因素和客观因素，进而丰富跆拳道理论发展体系，促进我国跆拳道的健康发展。

一、研究的目的

1. 找出我国大众跆拳道发展存在的问题，提出相应发展对策，促进我国大众跆拳道在新时期的发展，为我国大众跆拳道的发展提供有价值的理论参考。
2. 发挥大众跆拳道多元功能和作用，促进和谐社会和健康中国的构建。
3. 丰富和夯实大众跆拳道理论体系。
4. 从理念上提高人们对大众跆拳道的认识，扩大体育人口。

二、研究的意义

1. 目前，我国对大众跆拳道的研究成果较少，尤其是运用社会学、大众文化的相关理论对大众跆拳道进行研究就更少，本研究有助于丰富跆拳道理论研究体系。
2. 促进我国大众跆拳道的正规化、科学化、健康、可持续性发展。
3. 促进大众跆拳道的普及，为全民健身服务；促进国民身体素质的提高，实现全面发展。
4. 通过本课题的研究，不仅可以解决当代社会大众跆拳道发展中的一些现实问题，也可以为构建和谐社会和健康中国提供方法论参考。
5. 使人们更好地了解大众跆拳道这一社会现象，为更好地指导我国全民健身提供理论参考。



第一章	大众跆拳道概述	/ 001
第一节	研究现状	/ 001
第二节	相关概念的界定	/ 007
第三节	我国大众跆拳道发展	/ 012
第四节	大众跆拳道研究的领域和范畴	/ 015
第二章	大众跆拳道的文化解析	/ 017
第一节	大众跆拳道的表层文化	/ 019
第二节	大众跆拳道的中层文化	/ 025
第三节	大众跆拳道的深层文化	/ 036
第三章	大众跆拳道在我国发展的因素分析	/ 047
第一节	大众跆拳道在我国发展的内因	/ 047
第二节	大众跆拳道在我国发展的外因	/ 053
第四章	大众是我国大众跆拳道发展的载体	/ 067
第一节	我国大众跆拳道对人的社会化	/ 067
第二节	我国大众跆拳道的社会角色	/ 076
第三节	我国大众跆拳道开展中的人际关系	/ 078
第四节	大众跆拳道对人的社会控制	/ 082
第五章	我国大众跆拳道发展环境	/ 089
第一节	强有力的政策支持	/ 089
第二节	教育环境	/ 092
第三节	市场是推动我国大众跆拳道发展的抓手	/ 098

第四节	大众媒介是我国大众跆拳道传播渠道	/ 103
第五节	社会互动是促进大众跆拳道发展的重要因素	/ 112
第六节	我国大众跆拳道价值	/ 126
第六章	我国大众跆拳道的社会效应	/ 131
第一节	大众跆拳道是一种时尚体育	/ 131
第二节	“健康中国”背景下的大众跆拳道	/ 140
第三节	影响我国大众跆拳道发展的因素	/ 148
第四节	我国大众跆拳道传播的社会效应	/ 156
第七章	我国大众跆拳道发展的策略	/ 163
第一节	我国大众跆拳道市场发展策略	/ 163
第二节	我国学校跆拳道发展的策略	/ 166
第三节	我国大众跆拳道道馆发展策略	/ 169
第四节	多点开花	/ 171
结 论		/ 175
参考文献		/ 178



第一章 大众跆拳道概述

第一节 研究现状

一、我国大众体育研究现状

大众体育作为一种独立的全球性的群众性体育运动，在世界范围内正在产生着广泛和深刻的影响，它不仅是现代世界文化的重要表现形式之一，也是经济繁荣与社会进步的象征。20世纪60年代中期，一个新兴的体育浪潮从西方社会率先兴起，在这个新兴的体育浪潮里，普通大众不再只是充当看客的角色，不再只是运动巨星们的陪衬，而是积极参与其中，名副其实地扮演了主角，这就是相对于竞技体育或精英体育而言的大众体育。从那时起，大众体育就引起了人们的重视，尤其是进入工业社会以来，现代“文明病”的出现以及生产力的发展，人们闲暇时间的增加，更加速了大众体育的发展。大众体育的蓬勃开展也引起了我国学术界的重视，一些研究成果不断问世。

从大众体育的起源、发展现状来探讨大众体育的发展趋势。比如，徐亮（2003）^①在其撰写的《大众体育的起源、发展与功能效应之论略》中认为是顾拜旦点燃了大众体育的星星之火，因为顾拜旦主张把身体活动分成竞技体育、高水平竞技体育与群众体育（如今的大众体育）三个不同的等级，提倡“在学校、工厂、农村，不同性别、不同年龄和身体状况的群众中开展体育运动”。

^① 徐亮. 大众体育的起源、发展与功能效应之论略[J]. 河北体育学院学报, 2003, 17(1): 14-16.



杨洪波、冯强(2002)^①认为我国大众体育将会向法制化、生活化、终身化、多元化和俱乐部化的方向发展。陈阳阳(2012)^②分析了我国长沙、株洲、湘潭城市大众体育发展现状和存在的问题,从可持续发展理论出发,多层次、多角度剖析其面临的实际问题,认为进一步落实地方政府执行力度;不断改善大众体育健身环境和条件;加强市民参与大众体育的意识,解决我国参与大众体育人口年龄结构不均衡问题;积极组织开展大众体育各种项目的培训和比赛;加强大众体育社会指导员队伍的建设;构建我国大众体育可持续发展系统。张翠华、刘芳(2011)^③认为:大众体育已成为中国体育事业的重要组成部分,其发展对于提高全民体质,改善人民生活质量,促进体育产业的发展和社会经济效益的提高具有重要推动作用。他们提出我国大众体育的发展主要应从以下几个方面着手:运动形式多样化,方法科学化;加强场地建设,促进国际交流;完善大众体育法制、法规。

从文化的视角来研究大众体育,分析了大众体育发展的文化内涵以及对人的身体和心理的影响。学者李万虎、张辉(2009)^④从传统文化的视角阐述我国大众体育的五个“自然”特征,认为自然养生所依赖的是一种积极健康的体育保健养生观念;自然环境所强化的“天人合一”环境意识有利于人与自然的和谐相处;自然消费所表现的黜奢崇俭消费理念体现了中华传统美德;自然组织搭建了人与人和谐沟通的社会平台;自然承传方式以成本低廉、贴近生活而且便捷成为大众体育传播和普及的重要通道。而学者杜朝辉认为运动鞋文化对于深化大众对体育的认知和认同、培育和催生大众体育新的需求动机、激励和引领大众体育运动参与行为等方面具有重要意义,建议运动鞋生产商应根据大众文化需求、心理需求和市场需求,研究、设计和生产不同规格、不同品格、不同价格的运动鞋,使运动鞋及其文化人人消费得起、人人乐于消费,让大众体育运动成为每一个人的思

① 杨洪波,冯强.我国大众体育成因及发展的探索[J].云南师范大学学报(自然科学版),2002,22(6):71-75.

② 陈阳阳.我国城市大众体育发展现状及对策研究——以长、株、潭城市为例[D].长沙:湖南师范大学,2012.

③ 张翠华,刘芳.后奥运时代中国大众体育的发展趋向[J].哈尔滨体育学院学报,2011,29(4):0-63.

④ 李万虎,张辉.传统文化视角下我国大众体育的“自然”特征管窥[J].南京体育学院学报(社会科学版),2009(5):28-32.



想自觉和行为自觉。^①郭洪波、孟欣欣从权力美学视角论述大众文化时代体育审美权利的主导力量，认为大众体育文化通过对国家主义权威性的消减实现了现代体育的世俗化转变，以迎合多元化的大众文化心理需求，这也是大众审美与权力美学之间的一场博弈。他们提出运动世界应以真善美救赎正在走向异化的人性，这也是大众体育文化价值的当代社会意义所在。^②

对中外大众体育比较研究。比如，学者虞荣娟(2010)^③对中、美、德、日四国大众体育的社会地位、功能等进行比较分析。在美国，大众体育俱乐部具有明显的多样化特点：从经营性质上看，有商业性俱乐部和公益性俱乐部；从规模上看，有几个人组成的活动小组和每年投资上千万的大型俱乐部；从参加者情况看，有青少年俱乐部、成年人俱乐部、妇女俱乐部、老年人俱乐部；从场地使用上，有些俱乐部拥有自己的场地设施，而大量公益性俱乐部则使用公共休闲场地和公共体育设施。美国联邦政府对大众体育极为关心和支持，通过多项立法，向美国公民提供高质量的、足够的休闲场地和体育设施，公共场地设施一般免费或低价向社区居民全天开放。在德国，闲暇体育和公共大众体育一般都会得到联邦、州和地方三个层次的政府机构支持，政府负责建造、维修学校和俱乐部的体育设施场地。因此，德国大众体育十分普及，上至六七十岁的老人，下至几岁的孩子都满怀热情地投身到这一活动中，并加入体育协会。在日本，大众体育的组织机构可分为三类：政府管理机构、社会团体和民间组织。各类大众体育组织在管理上基本采取中央级、都道府县级、市区町村级三级管理模式。虞荣娟指出以上三国在增强大众健康、丰富大众生活和构建和谐社会方面所共有的功能，建议结合我国实际情况，借鉴美、德、日一些有利于大众体育发展的做法，进一步推进我国大众体育工作和发挥其特有功能。孙金蓉(2003)^④分析了日本大众体育的发展大约经历了大众体育的摇篮期、体育人口的增长期、大众体育的多样化时期、体育人口的安定期和大众体育的成熟期等五个时期。她认为在前三个时期，

① 杜朝辉. 消费语境下体育文化符号的社会学意义——运动鞋文化之于大众体育运动的影响[J]. 体育与科学, 2014, 36(6):73-77.

② 郭洪波, 孟欣欣. 权力美学理念:一种立足于大众体育文化立场的主导力量[J]. 体育与科学, 2014, 35(1):129-132.

③ 虞荣娟. 中美德日大众体育比较研究[J]. 体育文化导刊, 2010(4):40-44.

④ 孙金蓉. 日本大众体育的进展状况及其振兴政策的研究[J]. 武汉体育学院学报, 2003, 37(6):14-16、29.



即大众体育发展的初级阶段，日本政府侧重于增进国民的健康和体力，通过推动增强体力的国民运动，有效地促进了国民参加日常体育活动，增加了体育人口。在这个阶段，日本致力于完善国民参加体育运动的环境，特别是完善公共体育设施，学校体育设施开始向普通市民开放。张金荣认为我国当前的大众体育现状与日本第二期到第三期的这个阶段的情形相似。因此，为了谋求我国今后大众体育的进一步普及和发展，需要结合我国具体现实情况精心研究日本第四期及第五期的振兴方略，提出适合我国大众体育振兴的对策，这对我国社区体育的开展也将起到强有力的借鉴作用。张雷（2014）^①根据韩国大众体育发展现状，认为我国应进一步加大大众体育设施的规划投入，充分调动学校、社区周边的企业、社会团体，加强合作，努力完善大众体育设施的建设与管理；加大社会体育指导员的培养力度，完善大众体育指导系统，学校要从体育类专业学生入手，注重其学科文化知识和技能的和谐发展，构建良好的大众体育健身氛围，吸引更多的人加入到我国大众体育指导系统中来，完善大众体育的指导体系；进一步提高宣传力度，利用周边信息全面宣传，吸取身边群众的意见或建议，汇总、分析、整合出适合我国基本国情并在颁布出台时真正做到面面俱到、具体实施的相关政策法规。综上所述，借鉴国外大众体育发展的成功经验加快我国大众体育的开展是一种可行的方法。

还有众多的学者对大众体育的消费行为、群体建构、影响大众体育发展的社会因素、老龄化社会的大众体育、大众体育迅速发展的社会学思考、大众传媒对大众体育的影响、大众体育的开发等进行了调整和研究，都为本课题的研究提供了重要的参考。

二、我国大众跆拳道道馆、俱乐部经营现状的研究

我国对大众跆拳道的研究主要集中在大众跆拳道道馆、俱乐部等市场经营现状和对策的研究，比如，付超（2005）^②认为中国各地区道馆式跆拳道存在的主要问题有产权和责权不明确；教练员水平普遍偏低；道馆的经营管理不科学；升级考试制度混乱等。他针对这些问题提出了相应的建议，希望能够引起相关部门

① 张雷. 中韩两国大众体育发展的比较研究[D]. 烟台：鲁东大学，2014.

② 付超. 保定市道馆式跆拳道运营模式的研究[D]. 北京：北京体育大学，2005.



的关注并加以监管,以使跆拳道运动蓬勃健康发展。刘茂辉(2006)^①认为对跆拳道产品整体开发缺乏宏观指导,联合开发的项目很少,难以形成规范化、集约化、系统化的生产,在市场上没有竞争能力。张峰(2008)^②考察了长春市大众跆拳道运动开展现状,在分析现状的基础上提出发展对策,旨在促使大众跆拳道更加人性化、健康化、科学化,为地区跆拳道项目管理中心制定政策提供参考,为社会跆拳道的经营管理提供理论与实践依据,以促进大众跆拳道的进一步普及与可持续发展。贺捷(2010)^③对江西省跆拳道馆及其经营者、管理者、消费者、教练员进行了调查研究,发现江西省大众跆拳道市场规模不断扩大,江西省跆拳道协会注册的跆拳道道馆已有209家,大众跆拳道道馆在省内11个地市分布不均匀,规模以中小型道馆居多。江西省部分跆拳道道馆已出现亏损现象,大部分道馆的场地面积较小,服务及配套设施不完善,直接影响了道馆取得更好的经济效益。同一地区的跆拳道道馆在收费上出现乱定价、乱收费的现象。跆拳道道馆的营销目标定位比较广泛,尚未细化营销目标,大部道馆的招生方式以宣传单、张贴为主,辅以职员推销和报刊推广等形式。江西省跆拳道男性教练员多于女性教练员,主要以年轻人为主,学历较低,无证上岗的现象普遍存在,大部分教练员来源于非体育院校的体育专业生,以兼职为主,教练员的工资待遇较低,接受继续教育的机会偏少。江西省跆拳道消费者以小学生为主,消费动机主要是健身防身和休闲娱乐等,参与跆拳道训练的消费者坚持两年以下者居多,大多数消费者能坚持一周2~4次的训练。汪明华(2014)^④对苏州市大众跆拳道市场进行了调查,他认为,以引导和激励大众跆拳道潜在爱好者的消费为出发点,以提高跆拳道经营者的总体质量和效益、增强核心竞争力为中心,以建立有秩序的规范的大众跆拳道市场体系为目标,依靠深化跆拳道监察体制的改革和推广跆拳道人才培养战略,走大规模、优结构、重质量和高效益的创新发展之路。大众跆拳道道馆的经营者应逐渐转变经营理念,从以盈利为主的模式向扩大品牌效应转变,从以价格战为主的营销手段向以公共关系营销为主的营销策略转变,苏州市大众跆拳道市场的产业化和规范化是其未来发展的必然趋势。刘宇博(2016)^⑤对沈阳市跆

① 刘茂辉.跆拳道市场化现状及开发策略研究[J].西安体育学院学报,2006,23(6):37-39.

② 张峰.长春市大众跆拳道运动开展的现状与对策研究[D].长春:东北师范大学,2008.

③ 贺捷.江西省大众跆拳道市场发展现状及对策研究[D].南昌:南昌大学,2010.

④ 汪明华.苏州市大众跆拳道市场营销策略研究[D].苏州:苏州大学,2014.

⑤ 刘宇博.沈阳市跆拳道馆经营管理的对策研究[D].长春:吉林体育学院,2016.



拳道道馆经营管理现状和管理过程中的 SWOT 情势进行了分析,认为在道馆管理的策略上应采取创新策略和市场、产品发展策略;提高道馆的服务质量,发展产品的多元化;降低道馆的成本并提升专业能力,以区域性市场作为品牌市场。

三、我国大众跆拳道教练的研究

诸多学者对大众跆拳道教练的执教能力、业务水平以及培养进行了研究,比如,左彦波(2011)^①通过对河北省部分跆拳道馆和俱乐部的调查发现:河北省大众跆拳道教练员性别比例差异较大;年龄结构不合理,年轻教练员数量过多;高学历人才较少,专科以下学历的教练员偏多;教练员来源结构不合理;执教年限偏低;教练员的知识结构不够完善,外语、心理学、教育学知识以及体育基础理论较为欠缺,科研能力、创新能力、分析和解决问题的能力不足;高位段教练员少,段位管理制度不合理;教练员证书管理不合理,培训次数少、培训费较高;社会体育指导员缺乏监察;专职跆拳道教练员偏少;教练员制订训练计划不全面,不知道如何运用心理学手段进行训练。根据以上问题,他提出了优化河北省大众跆拳道教练员队伍的结构;完善河北省大众跆拳道教练员的知识结构和能力结构;加强领导的重视,加大大众跆拳道的监管力度;加强对教练员的管理,提高教练员工作能力;增加教练员培训次数,创新培训形式,完善培训内容等建议。万星、郭建平(2013)^②经过研究发现:重庆市跆拳道俱乐部男性教练员明显多于女性教练员,且多以青年人为主;教练员学历主要是大专,部分教练员没有教练资格证;大部分教练具备黑带一段及以上段位;教练员的来源以体育院校毕业生为主,执教年限都很短。针对这些问题,建议俱乐部经常为教练员提供培训进修机会,提高教练员理论知识水平。如定期举办跆拳道业务学习班,并完善培训管理制度;组织教练员观摩训练活动,鼓励教练员参与教学研讨会,将先进的科学训练理论、方法、手段引入馆内,不断提高教学水平;为教练员提供多渠道、多样化的培养形式,建立理想的岗位培训体系,促进教练员综合素质的全面提高;完善教练员的选拔方式,改革教练员的聘用制度,采用优胜劣汰的竞争

① 左彦波.河北省大众跆拳道教练员现状调查与发展对策[D].石家庄:河北师范大学,2011.

② 万星,郭建平.重庆市跆拳道俱乐部教练员的现状调查与分析[J].重庆文理学院学报,2013,32(3):132-135,139.



机制,既能调动教练员的积极性,又能优化教练员队伍的结构。陈华国(2013)^①通过对30名大众跆拳道教练员进行行为事件访谈,编制胜任特征词典,将访谈得到的信息进行编码、分析,初步建构了由专业知识、创新意识、调动积极性、分析思考、沟通能力、应变能力六个胜任特征项组成的大众跆拳道教练员胜任特征模型,从而为大众跆拳道教练员的选拔、管理、培养以及队伍建设等提供理论参考与借鉴。

以往学者对大众体育的研究侧重于政策、场馆等方面,对大众跆拳道的研究主要是大众跆拳道市场营销的理念和管理模式,以及大众跆拳道教练水平和能力等方面。我们不能否认这些成果对中国大众跆拳道的发展具有实际指导意义,但也存在着不足与局限。比如,对大众跆拳道的发展研究存在理论视野狭窄,研究方法单一,研究内容重复,研究思路局限等问题;少有成果从社会学视角来解读我国大众跆拳道发展迅速的原因。基于这些问题,作者从社会学视角来探讨大众跆拳道在中国的普及与发展内外动因,为我国大众跆拳道健康、可持续发展提供学理依据。

第二节 相关概念的界定

一、大众

大众,泛指民众,群众。《东观汉记·铄期传》:“上惊去,吏民遮道不得行,期瞋目道左右,大呼曰:‘蹕!’大众披辟。”宋苏轼《王仲仪真赞叙》:“至於缓急之际,决大策,安大众,呼之则来,挥之则散,惟世臣巨室为能。”鲁迅《且介亭杂文·门外文谈》:“大众并无旧文学的修养,比起士大夫文学的细致来,或者会显得‘低落’的,但也未染旧文学的痼疾,所以它又刚健、清新。”“大众”是一个与“少数”“个别”相对的历史性概念,指普通的、大多数社会成员。用海德格尔的话说,大众就是常人,“这个常人不是任何特定的人,而是一切人都是这个常人,这个常人指定着日常生活的存在方式”。“大众”一词可以用来指代

^① 陈华国.大众跆拳道教练员胜任特征模型的建构[J].吉林体育学院学报,2013,29(3):119-123.



多数社会成员或是现代社会生活中的多数人群。在一定程度上，大众正在成为现代社会的基础力量。^①

二、大众文化

大众文化主要指的是一个国家、一个地区、一个社团中新近涌现的，被大众所信奉、接受的文化。

大众文化是社会大众依据现有社会系统所能提供的文化资源而创造的、以市场化运作的、依靠现代文化生产手段进行标准化和批量化生产的、主要通过大众传媒传播的文化形态，它的根本特征是休闲娱乐。^②大众文化产生于工业社会，它在商业机制中被标准化、批量化、复制性地生产，现代传媒是其主要的而且是影响无所不在的传播手段。大众文化的主要受众是现代都市大众。大众文化具有如下主要特征：首先是市场化、产业化，这是市场经济向文化领域扩张的结果。大众文化是一种市场文化、商业文化，由市场机制主导，在这里，商业机构的利润追求和消费者的自由选择是主要因素。其次是标准化、批量化，这是资本效益最大化的追求与现代传媒结合的结果。再次是日常化，即与大众日常生活密切相关。如果文本与大众的日常生活毫无相关性，大众就不会有阅读、解读的动力，而且阅读、解读也不会带来快乐。最后是娱乐性。今天，大众文化已成为大众主要的休闲和娱乐方式。中国大众文化是随着我国实行改革开放，特别是建立社会主义市场经济制度以来兴起和发展的。大众文化在发展的初期，文化界由精英文化一统天下，20世纪70年代末80年代初港台流行歌曲刚刚进入中国大陆时，主流文化就对这种大众文化的现象从意识形态角度进行分析，给予猛烈的攻击，也正是精英文化的眷顾、引导，使得大众文化得以存活。20世纪80年代中期以后，在市场化推动下，大众成了不以人们意志为转移而必然存在的消费社会的主人，大众文化凭借其平民性迅速发展并在90年代中期以后成为大众社会中的主流文化，精英文化被边缘化了。在21世纪，新兴的网络文化更是助长了大众文化的发展。大众文化（流行文化）在某种意义上说是推动商品经济发展的一种文化力量。如今，大众文化已成为中国特色社会主义文化的一个举足轻重的组成部分。^③

① 王国志. 社会学视野中的大众跆拳道研究 [D]. 上海: 上海体育学院, 2007.

② 覃祚建. 论大众文化对国家意识形态的挑战 [J]. 湖北第二师范学院学报, 2008, 25(1): 65-67.

③ 郑祥福. 从认识论视域解读大众文化 [J]. 浙江社会科学, 2003, (3): 139-144.