

w e s t e r n

文化大转型：
批判与解释

——西方文化产业理论研究

上

单世联◎著

c u l t u r e

中国社会科学出版社

文化大转型：
批判与解释

——西方文化产业理论研究

上

单世联◎著

常州大学图书馆
藏书章

中国社会科学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

文化大转型：批判与解释：西方文化产业理论研究：全3册/
单世联著. —北京：中国社会科学出版社，2017.12

ISBN 978-7-5203-0594-5

I. ①文… II. ①单… III. ①文化产业—研究—西方国家
IV. ①G114

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 142986 号

出版人 赵剑英
责任编辑 郭晓鸿
特约编辑 席建海
责任校对 石春梅
责任印制 戴 宽

出 版 中国社会科学出版社
社 址 北京鼓楼西大街甲 158 号
邮 编 100720
网 址 <http://www.csspw.cn>
发 行 部 010-84083685
门 市 部 010-84029450
经 销 新华书店及其他书店

印刷装订 北京君升印刷有限公司
版 次 2017 年 12 月第 1 版
印 次 2017 年 12 月第 1 次印刷

开 本 710 × 1000 1/16
印 张 123.25
字 数 1482 千字
定 价 498.00 元(全三册)

凡购买中国社会科学出版社图书，如有质量问题请与本社营销中心联系调换

电话：010-84083683

版权所有 侵权必究

总 目 录

绪论 文化、文化产业与“文化产业理论”	1
一 “文化”的用法及其产业化	3
二 “文化产业”观念的演变	20
三 文化理论三义与文化产业理论八种	39
四 本书的内容、结构与写法	67

第一部分 历史脉落

第一章 西方理性化与文化工业	85
一 作为西方特性的“理性化”	86
二 理性化即文化“祛魅”	107



三 “祛魅”与“灵韵”的式微	127
四 “后灵韵”艺术的“震惊”与适应	150
第二章 “文化工业”的概念化与问题化	165
一 启蒙与神话的辩证	166
二 “文化工业”的辩证	193
三 文化与工业的辩证	221
四 “文化工业批判”的辩证	234
第三章 从文化工业到文化产业	254
一 “后工业”与“非组织化资本主义”	255
二 消费主义加“后物质主义价值观”	276
三 文化商品化为“文化经济”	303
四 “后浪漫主义文化”的类型化	334

第二部分 基本论域

第四章 文化产业的劳动方式	357
一 从“劳动文化”看“文化劳动”	359
二 “创意劳动”	383
三 “非物质劳动”	404
四 “后资本主义”还是“新资本主义”	427



第五章 文化劳动的产品形态	439
一 “语言革命”之后	440
二 “符号”的衍义	457
三 “文本”的错综	478
四 “景观”的展现	508
五 “拟象”的真假	524
第六章 文化产品的意义构成	546
一 “大众文化”：从被排斥到被阐释	547
二 “葛兰西转向”：反本质主义的意义论	568
三 “福柯效应”：权力与表征的互动	587
四 “接合论”：在使用中生产意义	604
第七章 文化传播的媒介探究	627
一 媒介即讯息	630
二 媒介即模式	648
三 媒介即揣测	667
四 媒介在进化	689
第八章 文化消费的分析模式	711
一 消费即体验：享乐、新奇与计算	712
二 消费即受控：未予澄清的“真实需要”	735



三 消费即区分：符号论与阶级论	755
四 消费即使用：解码的策略	779
第九章 争议中的政府管理权限	804
一 文化审查是否必要？	805
二 艺术补贴是否合理？	835
三 抛弃版权是否可行？	865
第十章 演变中的全球竞争叙事	884
一 以“全球化”替换“文化帝国主义”	885
二 以“多样论”重述“例外论”	908
三 以“转型论”取代“趋同/差异论”	929
四 以“多元认同”缓解“文明冲突”	943

第三部分 话语样式

第十一章 文化产业的技术解释	965
一 “机器体系”压力下的文化反应	967
二 机械复制技术作为文化生产技术	982
三 “超可复制性”与“文化超工业化”	1004
四 杜尚、数字化与文化“无产阶级化”	1031
五 不确定的未来	1046



第十二章 文化产业的经济关系	1068
一 经济与文化：“决定论”的展开	1069
二 文化与经济：“脱嵌论”与“矛盾论”	1093
三 文化资本/场域与经济资本/场域：差异与转化	1108
四 文化价值与经济价值：相关而不相属	1129
第十三章 文化产业的政治能力	1152
一 “文化独立”与“文化—国家”的构思	1154
二 “政治终结”还是政治转型？	1175
三 “文化政治”的两副面孔	1191
四 “软实力”的文化资源	1210
第十四章 文化产业的社会分析	1233
一 “大众社会”论述中的“大众文化”	1234
二 “公共领域”转型中的文化工业	1261
三 “后现代”的文化产业	1286
第十五章 文化产业的欲望机制	1310
一 资本主义与欲望分配	1311
二 文明压抑与文艺释放	1336
三 欲望在符号之外	1357
四 欲望的生产与被生产	1375



第十六章 文化产业的文化效果（上）	1397
一 艺术作为“文化”	1397
二 “先锋”作为商品	1422
三 艺术家作为“创意阶层”	1448
第十七章 文化产业的文化效果（下）	1464
一 “图像转向”后的视觉文化	1465
二 “身体”的再现与再造	1488
三 “空间生产”与“地方”重建	1516
四 文化物质化与“物质文化”	1542

第四部分 思维风格

第十八章 文化产业研究的学科	1579
一 经济学，还是“文化研究”	1580
二 “政治”，还是学术	1603
三 “后学科”，还是跨学科	1622
第十九章 文化产业批判的根据	1640
一 作为“肯定的文化”	1641
二 作为意识形态的文化（上）	1662
三 作为意识形态的文化（下）	1684



四 作为权力的文化	1723
第二十章 文化产业理论的反思	1762
一 为什么要批判文化产业	1763
二 为什么要批判市场/资本主义	1787
三 批判解释与被批判激活的解释	1813
结语 展望一种文化伦理	1839
一 文化价值及其效益冲突	1841
二 以自由求价值	1861
三 “非人”的挑战	1895
四 中国文化伦理要件	1913
主要参考书目	1929
后 记	1934

Contents

Introduction: Culture, Cultural Industries and Western Cultural

Industries Theory	1
1. The Usage and Industrialization of “Culture”	3
2. The Evolution of the Concept of “Cultural Industry”	20
3. Three Meanings of “Cultural Theory” and Eight Types of Cultural Industries Theory	39
4. The Content, Structure and Writing of this Book	67

Part I Historical Context

Chapter 1 Western Rationalization and Cultural Industry	85
1. “Rationalization” of Western Particularity	86
2. Rationalization is the “Disenchantment”	107
3. “Disenchantment” and The Decline of “Aura”	127
4. The “Shock” Effect and adaptation of “After aura” art	150



Chapter 2 Conceptualization and Problematicization of “Cultural Industry” 165

1. Dialectic of Enlightenment and Myth 166

2. Dialectic of “Cultural Industry” 193

3. Dialectic of Culture and Industry 221

4. Dialectic of Cultural Industry Criticism 234

Chapter 3 From “Cultural Industry” to “Cultural Industries” 254

1. “Post – industrial” and “Unorganized Capitalism” 255

2. Consumerism and “Post Materialistic Values” 276

3. Cultural Commodity Develop into “Cultural Economy” 303

4. The Typology of “Post – Romanticism Culture” 334

Part II Basic Domain

Chapter 4 Labor Mode of Cultural Industries 357

1. “Cultural Labor” From the Perspective of Labor Culture 359

2. Creative Labor 383

3. Immaterial Labor 404

4. “Post Capitalist” or “New Capitalist”? 427

Chapter 5 Product Form of Cultural Labor 439

1. After the “Language Revolution” 440

2. Derivative Meaning of “Symbol” 457

3. Complex of “Text” 478



4. Show of “spectacle”	508
5. True and False of “Simulacrum”	524
Chapter 6 Meaning Construction of Cultural	
Products	546
1. “Popular Culture”: from Being Excluded to Being Interpreted	547
2. “The Turn to Gramsci”: Meaning theory of Anti Essentialism	568
3. “Foucault Effect”: Interaction of Power and Representation	587
4. “Articulate”: Meaning is Produced in the Process of Use	604
Chapter 7 Research on the Media of Cultural	
Communication	627
1. The Medium is the Message	630
2. The Medium is the Mode	648
3. The Medium is Verdacht	667
4. The Medium is Evolving	689
Chapter 8 Analysis Model of Cultural Consumption	
1. Consumption is Experience: Enjoyment, Innovation and Calculation	712
2. Consumption Means Controlled: Unclarified “Real Need”	735



3. Consumption is Distinction; Semiotics and Class Theory	755
4. Consumption is Use; Strategy of Decoding	779

Chapter 9 Government Administrative Authority in the Dispute	804
1. Is Cultural Censorship Necessary?	805
2. Is Art Subsidies Reasonable?	835
3. Is It Possible to Abandon the Copyright?	865

Chapter 10 Narrative of Global Competition in Evolution	884
1. Replacing “Cultural Imperialism” with “Globalization”	885
2. Substitution of “Homogeneity Theory” / “Difference Theory” with “Transformation Theory”	908
3. Relieving “Civilization Conflict” with “Multi - identity”	929
4. Repeating “Exceptional Theory” with “Variety Theory”	943

Part III Patterns of words

Chapter 11 Technical Explanation of Cultural Industries	965
1. Cultural Reaction under the Pressure of “Machine System”	967



2. Mechanical Reproduction Technology as a Cultural Production Technology	982
3. “Cultural Super – Industrialization” of the Era of “Super – Replicability”	1004
4. Duchamp , Digitization and the Proletarianization of Culture	1031
5. Uncertain future	1046
 Chapter 12 Economic Relations of Cultural Industries	
1. From Economy to Culture; the Development of “Determinism”	1068
2. Culture and Economy: “De – embedding Theory” and “Contradiction Theory”	1069
3. Cultural Autonomy and Its Mutual Transformation with Economy: “Cultural Capital”	1093
4. Cultural Value and Economic Value; Related but not Belonged to Each Other	1108
1129	
 Chapter 13 The Political Capacity of Cultural Industries	
1. The Conception of “Cultural Independence” and “Culture – State”	1152
2. “Political end” or Political Transformation?	1154
3. Two faces of “Cultural Politics”	1175
4. The Cultural Resources of “Soft Power”	1191
1210	



Chapter 14 Social Analysis of Cultural Industries	1233
1. “Culture” in the Discourse of “the Masses”	1234
2. Cultural Industry in the Transformation of “Public Sphere”	1261
3. “Postmodern” as a Cultural Logic	1286
Chapter 15 Desire Mechanism of Cultural Industries	1310
1. Capitalism and desire distribution	1311
2. The suppression of civilization and the release of literature and art	1336
3. Desire is beyond the sign	1357
4. Production and Being produced of desire	1375
Chapter 16 The Cultural Effects of Cultural Industries (1)	1397
1. Art becomes “Culture”	1397
2. “Avant – garde” becomes Commodity	1422
3. Artist becomes the “Creative Class”	1448
Chapter 17 The Cultural Effects of Cultural Industries (2)	1464
1. Visual Culture after “The pictorial turn”	1465
2. Reconstruction and Reappearance of “Body”	1488
3. “Space Production” and “Local” Identity	1516
4. Materialization of Culture and “Material Culture” ...	1542



Part IV Thinking Style

Chapter 18 Discipline of Cultural Industry Research ...	1579
1. Economics, or “Cultural Studies”?	1580
2. “Post – disciplinary” or Interdisciplinary?	1603
3. “Politics” or Academic?	1622
Chapter 19 Basis of the Criticism of Cultural Industry	1640
1. Culture as “Affirm”	1641
2. Culture as Ideology (1)	1662
3. Culture as Ideology (2)	1684
4. Culture as Power	1723
Chapter 20 Reflection on the Theory of Cultural Industries	1762
1. Why Criticize the Cultural Industries?	1763
2. Why Criticize the Market / Capitalism?	1787
3. Criticism as a way of interpretation	1813
Conclusion: Exploring the Ethic of Cultural Industries	1839
1. The culture value and its impacts conflict	1841
2. Value Lies in Freedom	1861
3. Challenge of “Inhuman”	1895