

<<意识形态与大众文化>>

图书基本信息

书名：<<意识形态与大众文化>>

13位ISBN编号：9787010079448

10位ISBN编号：7010079447

出版时间：2009-7

出版时间：人民出版社

作者：徐海波

页数：246

字数：250000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<意识形态与大众文化>>

内容概要

大众文化与意识形态之间的关系，中国特包社会主义意识形态在大众文化中的转化途径问题。中中特色社会主义意识形态在文化领域的“话语权”和在构建“和谐社会”过程中的导向作用问题；执政党在构建“和谐社会”的过程中，如何以“太众文化”为载体，有效地发挥“中国特色社会主义意识形态”的作用机制问题；重新审视中国特色社会主义意识形态与大众文化的结台方式问题等，成为了一个重要西窗领域。

<<意识形态与大众文化>>

书籍目录

第一篇 从虚假性到科学性：马克思主义意识形态对传统意识形态的超越 引言 马克思主义视域下的“意识形态”研究与今日中国 一、马克思主义语境中的意识形态概念 （一）马克思意识形态理论的形成 （二）马克思对意识形态虚假性的揭露 （三）马克思意识形态理论的整体性特征 二、意识形态与社会控制 （一）控制自然与控制社会：作为意识形态的科学技术 （二）从自然系统到社会系统：从系统论的视角看社会控制 （三）意识形态的社会控制功能的实现机制：弗洛伊德与马克思的观点辨析 三、传统意识形态研究的困境与超越之路 （一）阶级性与历史性定性标准的片面性 （二）意识形态研究的认识论误区 （三）意识形态研究的语言学悖论 （四）传统意识形态研究的超越之路 四、意识形态的马克思主义 （一）从虚假的意识形态到科学的意识形态 （二）马克思主义意识形态的科学性与阶级性 （三）马克思主义意识形态与当代中国政治合法性问题 （四）马克思主义意识形态与社会主义和谐社会

第二篇 解读大众文化的意识形态内涵：国外大众文化理论的逻辑转向 引言 从批判到辩护——大众文化理论的逻辑转向 一、大众文化批判的圭臬：法兰克福学派的文化工业批判 （一）法兰克福学派的文化工业批判的思想渊源 （二）法兰克福学派文化工业批判的基本内容 （三）法兰克福学派文化工业批判的意义与局限 二、消费社会的符号学解析：鲍德里亚的消费文化批判 （一）从生产社会到消费社会：鲍德里亚的符号消费理论的缘起 （二）从经济现象到文化现象：鲍德里亚的符号消费理论的主要内容 （三）时尚与广告：消费文化视域中的传媒批判 （四）传承与终结：鲍德里亚的消费文化理论的意义与局限 三、弱者抵抗的政治学：费斯克的大众文化理论 （一）从法兰克福学派到伯明翰学派：大众文化理论的转向 （二）费斯克的大众文化理论的思想资源 （三）费斯克大众文化理论的主要内容 （四）费斯克大众文化理论的意义与局限 四、晚期资本主义的文化景观：詹姆逊的后现代主义文化理论 （一）文化分期理论与詹姆逊的大众文化理论的生发基础 （二）平庸琐碎的后现代文化：詹姆逊对后现代主义文化的批判 （三）大众文化的政治潜能：詹姆逊对后现代主义文化的辩护 （四）詹姆逊的大众文化理论的意义和局限

第三篇 意识形态与文化商品：马克思主义意识形态在大众文化中的转化途径 引言 和谐社会的必然条件：马克思主义意识形态在大众文化中的转化 一、中国“大众文化”生成的历史逻辑和社会条件 （一）当代中国本土化的“大众文化”概念 （二）当代中国大众文化的生成条件 （三）大众文化与意识形态的多元化 二、当代中国主流意识形态与“大众文化”的关系 （一）大众文化的历史进步性与负面效应 （二）主流意识形态与大众文化的矛盾与冲突 （三）主流意识形态与大众文化矛盾的解决途径 三、当代中国主流意识形态视域中的消费文化 （一）消费文化的意识形态功能 （二）消费文化的意识形态功能与运作分析 （三）构建中国特色的消费文化 四、当代中国主流意识形态在“大众文化”中的转化机制 （一）中国特色社会主义意识形态在大众文化中的渗透 一 （二）西方意识形态在大众文化中的转化机制给予我们的启示 （三）中国特色社会主义意识形态对大众文化的引导机制的建构策略 五、深圳建设有中国特色社会主义文化产业体系的探索与创新 （一）文化产业的产生与发展 （二）中国文化产业的现状与问题 （三）中国文化产业的发展策略 （四）深圳文化产业发展的探索与创新后记

<<意识形态与大众文化>>

章节摘录

第一篇从虚假性到科学性：马克思主义意识形态对传统意识形态的超越引言马克思主义视域下的“意识形态”研究与今日中国中国社会的改革发展到今天，一些在人类社会中长期存在的老问题又浮现在我国理论界。

在工业化和现代化的进程中，当社会发展到某此重要历史关口，当社会面临着选择发展方向、判断发展得失时，任何社会都会遇见这些问题，也必须思考这些问题，寻求解决这些问题的途径和方法。

在资本主义发展过程中，马克思探讨和何答过这些问题。

在发达的资本主义国家中，社会民主党、工党也尝试去解决这些问题。

在今天的中国，我们也面临着这些问题，尝试解决这些问题。

这里提到的是现在正在理论界热烈讨论的分配不公、贫富差距、农民问题、东西部差距以及对改革开放的评价问题等。

当然，还有许多类似这样争论的问题。

但如果把这些问题归一下类，我们会发现，这些争论都与“意识形态”问题息息相关。

改革发展30年了，我们开始要总结、评价、判断和评估30年的成败和得失。

而在什么样的“意识形态”中完成这些工作，就成为问题的“问题”了。

改革开放破除了不符合中国社会生产力发展需要的经济模式。

在重新认识中国社会基本国情之后，找到一条适合社会生产力发展的道路，建立社会主义市场经济。

社会主义市场经济是以市场调节为主要手段的经济模式，市场在社会资源配置中起主导性作用。

这种转变不仅仅是一种经济模式的转变，同时也伴随着价值观和道德观的转变。

在市场经济建立过程中，经济利益被重新承认是社会生产力发展动力之一，个人利益重新为社会所承认，为社会所尊重、保护。

在市场范围内，每个经济活动主体都从个人利益出发，从经济利益出发，按照市场活动规则和规律进行商品生产、分配和交换。

在社会转型期中，市场开始在社会资源配置过程中扮演越来越重要的角色。

因此，资源配置方式和资源配置结果导致了在社会转型期中的利益格局分化。

由于社会各个成员在经济体制转化过程中地位不同、社会角色不同、能力不同，导致了他们收入、获得财富多寡上出现较大差距。

过去处在同一经济状态和社会地位的人，伴随着社会转型和利益格局分化，他们之间的差距越来越大。

。

在社会转型过程中，社会成员收入和财产差距在不断地扩大，社会的贫富差距也在不断大。

社会一部分成员通过合法或不合法的手段成为社会富裕的阶层，而另一部分人处于社会收入低层，成为相对贫困的阶层。

在社会转型过程中，开始形成不同利益群体，中国社会转型中的利益格局正在进行一次新重组。

这是工业化、现代化必须经历的过程，同时也是社会矛盾激化、社会冲突加剧的阶段。

随着社会主义市场经济的建立，我国所有制结构也发生了巨大变化，建立了以公有制为主体、多种经济成分并存的所有制结构，同时也形成了与这种所有制结构相适应的劳动产品分配方式。

劳动产品分配方式从过去单一的“按劳分配”转变为以按劳分配为主体、多种分配方式并存的市场经济分配方式，这也为贫富差距产生提供了基础和条件。

在市场规律作用下，市场经济建立过程中的资本积累也在不断发生，资本和生产不断地在集中。

由于多种分配方式存在，资本积累也使社会成员之间形成了不同利益阶层和利益集团，造成贫富差距。

。

这些都是社会转型期中利益格局分化和不同利益集团产生的客观历史条件。

在当今，全球化的时代趋势已经成为一个不容置疑的事实。

正如吉登斯所言：“经济全球化是真实的，这与过去的类似进程不同，不管它的批评者如何评价，它都越来越难以抗拒。

”因此，如何客观地审视这一趋势，理性地对待它，适时地调整自己，就成为当前重要的时代课题。

<<意识形态与大众文化>>

那么，到底什么是全球化？

全球化对我国的马克思主义意识形态的主导地位又提出了怎样的挑战呢？

全球化首先是经济上的全球化，它所标示的是一个超越国界、在全世界范围内实现商品、资本、人才、物资、技术和信息自由流动的时代来临。

同时，它也标示着世界各国、各民族、各地区经济上相互依存关系的加强和深化，现代科技的发展，为全球化提供了有力的技术支持。

特别是通讯卫星的使用，电脑、互联网的出现，极大地缩短了世界不同地区人们之间交往的时间和空间距离，因此才会有“地球村”一说。

跨国公司为全球化提供了现实的推动力量。

跨出国门，到国外去开拓市场，向全球扩张自己的力量，从而获取更大的投资回报。

由此带来的就是自由市场在全球范围内的扩张。

对此，布莱尔形象地说：“从远东传来的新名字已使西方消费者耳熟能详——索尼、东芝、日立。

同时，英国电信和帝国化工则在纽约和东京的证券交易所挂牌上市。

”同时，我们也应看到，全球化决不仅仅是单纯的经济全球化，它也带来了对政治、文化的影响。

正如马克思在150多年前所预言的那样：“资产阶级，由于开拓了世界市场，使一切国家的生产和消费都成为世界性的了……物质的生产如此，精神的生产也是如此。

各民族的精神产品成了公共的财产。

民族的片面性和局限性日益成为不可能，于是由许多民族的和地方的文学形成了一种世界文学。

”因此，全球化对民族国家来说，其挑战不仅是经济上的，而且还是政治、文化和社会生活等诸多方面的。

它不仅影响到民族国家经济运行方式和管理方式，而且还威胁到民族国家政治安全和文化安全。

全球化对任何一个民族国家都是严峻的挑战。

互联网的产生使得民族国家间的界限日益模糊，国民原有的民族认同和国家认同受到削弱。

哈贝马斯对此甚至预言说：“在全球化的过程中，民族国家将被淹没，并失去权力。

”中国社会转型必然产生利益分化，经济利益分化和新的经济利益格局形成会引发很多社会问题。

社会转型造成的利益分化，必然深刻影响人们的意识，也影响社会意识形态。

这成为研究社会转型、意识形态与社会控制时不能忽略的重要问题。

在全球化的过程中，我们必然面临如何采取有效措施，维护国家的独立与安全，增强国民的民族认同和国家认同的重要课题。

因此我们认为，应该联系社会利益分化对人们思想意识的影响，联系全球化到来的问题，研究社会转型期中的意识形态问题。

改革开放以前，意识形态生产、传播的条件和途径与现在完全不同。

在计划经济时代，意识形态的生产和传播严格控制在国家手中。

当时，由于种种原因，我国与世界上大部分国家还处于隔绝状态。

这就决定了当时社会意识形态生产、传播的过程中不存在与其他意识形态竞争的问题。

大众在接受和认同意识形态的过程中不存在比较、选择的问题。

但随着改革开放，中国社会主义市场经济不断完善，情况发生了本质变化。

这些变化作为条件，导致了意识形态的多元化和冲突。

面对这些新情况和变化，过去在计划经济时代，意识形态工作中的经验可能会不适宜了。

马克思曾经深刻指出，经济利益的矛盾和冲突是一切社会矛盾和冲突的根源。

因此，在中国社会转型期中出现利益格局调整 and 分化，必然导致社会矛盾，引起政治、文化上的分化和冲突，而这些矛盾最终一定会反映在社会意识形态中。

回顾近30年的改革开放历史，可以清楚地看到这一点。

随着改革开放的深化，各种思想流派、学说观点纷纷浮现出来，最终表现为社会转型期中的意识形态冲突。

社会转型期中的矛盾和冲突，全球化的到来，不但引起意识形态冲突，而且还引起一个更为严重的问题，即在中国社会，在社会意识形态的冲突过程中，如何保持和重建社会的凝聚力，如何保持马克思

<<意识形态与大众文化>>

主义意识形态主导地位，如何保持和重建社会政治权力合法性。

在社会主义市场经济条件下，执政党在处理意识形态与社会控制等问题时将面临着非常复杂的形势，面对过去不曾遇到的问题。

我们应该认真分析研究这些变化，探讨其中的规律。

认真面对社会转型中引发的意识形态问题，从新的角度和视野探索从计划经济向市场经济转化过程中，社会主流意识形态如何从“产品”向“商品”转化。

探索执政党意识形态巩固主导地位的新途径，探索“执政党、意识形态与社会控制”三者之间的新关系。

弄清楚在新的社会历史条件下执政党如何获得意识形态的“话语权”，进而有效地控制社会的过程。

由此，我们必须研究和探讨意识形态与国家、意识形态与控制的关系；研究马克思主义意识形态与科学性的关系；研究意识形态与执政党的关系；研究意识形态与“构建和谐社会”之间的关系。

这些研究对中国的改革实践具有非常重要的现实意义。

一、马克思主义语境中的意识形态概念在马克思对人类社会历史进行研究与解析，对资本主义社会进行解剖与批判时所使用的众多概念中，意识形态是最有歧义、最难把握的概念之一。

<<意识形态与大众文化>>

后记

经过一千多个日日夜夜，我带领我的科研团队终于完成了这项科研任务。在课题研究的过程中，邢立军副教授承担了第二篇和第三篇第五部分的主要研究工作，我的两个研究生杨显平、王萍承担了第三篇中的部分研究工作，我负责完成其余的研究工作以及全书的修改和统稿。

感谢他们的合作和辛勤劳动，凭借他们，才有了今天的成果。

意识形态与大众文化是一个前沿课题。

在国内，这个问题的研究刚刚开始展开。

同时它又是一个重要的课题，随着中国社会经济的发展，意识形态问题、大众文化问题会越来越成为政府、社会关注的问题。

我们在这方面做了一些粗浅的尝试工作，研究的深度和广度都有欠缺，不当之处，望同行指正。

同时，在研究期间参考和引用了大量国内外同行的研究成果，这里一并表示感谢。

<<意识形态与大众文化>>

编辑推荐

《意识形态与大众文化》是由人民出版社出版的。

<<意识形态与大众文化>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>