

当代中国大众娱乐习惯变迁

吴理财 解胜利

(安徽大学 社会与政治学院, 安徽 合肥 230601)

摘要 改革开放以来,当代中国大众娱乐习惯经历了结构变迁与功能转换。在集体化时期,人们的娱乐生活被各种政治运动、政治学习和政治宣传所取代。改革开放以后,尽管人们的娱乐生活逐渐褪除了浓厚的政治化色彩,仍然会随着国家政策的变化而变化。在我国,始终不存在纯粹意义上的娱乐习惯。人们的娱乐习惯或隐或显地受到国家政策和社会制度的影响。透过对当代中国大众娱乐习惯变迁的考察,也能从中反观和体认中国政治社会的特性。从这个意义上而言,大众娱乐习惯既是一定时期政治社会制度的隐喻又是其表征。

关键词 娱乐习惯; 制度; 当代中国

习惯就是积久养成的生活方式。人们的娱乐习惯并非一朝一夕养成的,也不是固定不变的。改革开放不仅促进了我国经济社会的快速发展,同时也导致了人们的娱乐习惯随之变化。本文梳理了改革开放以来当代中国大众娱乐习惯的结构变迁与功能转换,并对其变迁逻辑进行了探讨,对当今大众娱乐习惯的个体化、泛娱乐化和亚文化化等现象进行了反思。透过对当代中国大众娱乐习惯变迁的考察,亦能从中反观和体认当代中国政治社会的特性。

一、改革开放以来的中国大众娱乐习惯

改革开放以来,我国各项事业取得了巨大进步,社会面貌焕然一新。其中,人们的娱乐习惯也发生了巨大变化。在改革开放 40 余年波澜壮阔的历史进程中,大众娱乐习惯经由社会变革、政策牵引、市场冲击、技术加持所形成的“力场”的无形拉扯和有意推进,从形式到内容、从结构到功能、从性质到价值都发生了重大变化与转型,这些纷繁复杂的演变既表现了宏观结构的变迁,也充分展现了个体能动性的成长。

(一) 改革开放初期:传统娱乐习惯复兴与新型娱乐习惯兴起

“中华人民共和国成立后,中国共产党逐渐建立了一套与高度集中的计划经济体制和政治体制

相配套的文化体制……按照计划经济的方式,对文化的生产、经营进行集中统一的管理。1957 年后,伴随指令性计划的强化和政治运动的干扰,文化管理体制逐渐走上封闭僵化的道路,缺乏生机活力”^①。改革开放的一项内容就是突破全能型体制下权力的弥漫和下沉对社会全面而死板的控制,进行多维度和多层次的放权和分权。

包含娱乐内容的文化领域的改革开放,主要体现在以下几个方面:首先是国家逐步放松对民众文化生活的控制,特别是在农村的文化领域,同时也逐渐减少对民众的意识形态化的公共文化产品的供给,而这些文化产品往往具有较强的政治教化特征。也就是说,在改革开放前民众可以享受哪些娱乐或者文化内容以及何时可以得到,都是受到各级政府的控制和影响的。改革开放以后随着以经济建设为中心战略的确立,除了确保意识形态的文化任务,基层群众的文化生活既未成为政府的重要工作(此时政府工作重心转向经济发展),也很少纳入政府管理范畴。于是,民众的娱乐也就从神圣与紧张的解放政治场域下放到庸常和自决的生活政治领域,国家因此而变相地甩掉了民众的娱乐福利负担,民众的娱乐生活变为私人之事,成为一种个体化的选择。

在一段时期,改革开放导致西方现代文化娱乐理念与方式的涌入,“可以说,80 年代是‘现代性’

话语在中国再度急剧扩张的时代,这一时代文化最响亮的声音是‘走向世界’‘撞击世纪之门’‘中国与世界接轨’”^②。国家放松对国外文化产品和技术输入的管制,使得民众特别是年轻一代得以接触和学习到新型的多样化的娱乐方式,比如现代舞蹈、现代音乐、西方电影以及旅游娱乐等。对当时的一些年轻人和知识分子而言,西式的娱乐方式似乎更具吸引力,因为它代表着和国际接轨,同时也是对改革开放政策话语的践行。现代文化娱乐方式在城市和青年一代人群中快速扩散,对乡村和老一代人群的渗透则相对较慢,这一时期娱乐分层也逐渐成为城乡差异和代际差异的表征。

国家在乡村社会的有选择性的退场以及农民闲暇的增多,为传统民间文化复兴提供了一定契机。在革命年代,传统民间文化被标签化为封建的和落后的,尽管它和农民生活息息相关,和乡村共同体血脉相连,但是在“破四旧”等政治运动的强力改造下,传统民间文化娱乐活动几乎消灭殆尽,以革命文化为主题的“文化下乡”成为政治宣传和政治动员的有力武器,占据了民众几乎所有的闲暇时光,以便配合各种政治运动,完成彼时的政治任务。但是,过于政治化的文化娱乐方式(严格而言它不能算作真正的娱乐),一方面压制了民众的自主性,导致民众在文化娱乐的形式和内容上都没有选择权,另一方面也脱离了后革命时代生活政治的本质和人的天性需要——挪用席勒的话说^③,只有当人是完全意义上的人,他才娱乐;只有当人娱乐时,他才完全是人。随着改革开放的深入,在国家逐渐减少意识形态化的公共文化产品供给和对民众文化娱乐选择的干预所形成的新的乡村文化娱乐场域中,传统民间文化的复兴就具有了替代国家文化产品供给和恢复被压抑的对传统文化生活的娱乐需要的双重功能。于是传统戏剧、传统庙会、传统习俗等传统民间文化如雨后春笋般出现在广袤的田野上。传统民间文化的复兴也导致传统娱乐习惯在这一时期的养成,它一方面为民众的娱乐提供了更多的选择,同时也填补了国家选择性退场后给乡村文化供给留下的“缺口”,另一方面也为后革命时代乡村社会共同体的结构转型提供了文化动力,乡村社会因此由政治型共同体转型为生活型共同体。

新型娱乐习惯的兴起,既是国家在文化领域有意退场后民众娱乐自主选择权的彰显,也是国家为了营造改革开放的氛围和形象以及发展文化经济的内在需要而主动引导的结果。改革开放后,城市尽管相对农村有更健全的文化设施,但随着单位制

的松动和式微,组织化的娱乐活动逐渐减少,外界的娱乐信息和文化物品的输入增多,人们开阔了眼界,开始自主选择自己喜欢的娱乐方式。特别是西方现代文化娱乐方式因更具新奇性和愉悦感,更能释放人的天性,年轻一代一经接触就很快被吸引。在彼时,新型娱乐方式代表着时髦和进步,它本身的吸引力加上同龄人的文化压力,使新型文化娱乐方式得以快速传播。为了全面推进改革开放,国家也主动推动中外文化交流,并在一定程度上允许外国文化产品和技术引入,这些都为个人的文化娱乐方式的自主选择提供了条件。在某种意义上而言,国家在新型娱乐习惯的兴起中扮演了积极的助推者角色。

总之,在改革开放初期,由于宏观制度的重大转型和外部技术的引入,大众娱乐习惯具备新的形式和内容以及新的结构和功能。在多重因素作用下,这一阶段的大众娱乐习惯最明显的发展特征,就是农村传统娱乐习惯的复兴与城市新型娱乐习惯的同步兴起。这一大众娱乐习惯变迁既有制度的强制和诱致,也有技术的引入和加持。同时,娱乐习惯的转型也形成了大众和国家之间新的互动方式和互动结构,一方面国家开始向民众放权,赋予民众更多的文化选择权;另一方面,民众通过自主选择娱乐习惯又导致两个大相径庭的政治现象产生——一部分人选择远离政治性娱乐文化生活,沉浸于私域文化之中自得其乐;另一些人形成新的表达政治意涵的文化娱乐方式,希冀通过文化政治的表达得到更多更广的个体自由和权利。

(二)20世纪90年代市场化深化期:传统娱乐习惯衰退与新型娱乐习惯繁荣

20世纪90年代初,邓小平南方讲话加快了改革开放的市场化步伐,到20世纪末市场化已经成为中国社会发展的基本底色。

自1993年始,在中国的文化格局内,市场成了一个重要的、不复匿名的参数。自20世纪80年代中后期开始孕育、蓄积并经历1992年底商业化大潮的席卷,似横空出世、拔地丛生的形形色色的大众文化(或曰通俗/消费文化),瞬间以泛滥之势铺陈起一个蕴含无限生机的“文化”市场。在此,形形色色的广告文化、卡拉OK与KTV、文化衫与各色追星族、VCD、CD、发烧音响与发烧友、有线电视与热线电话、电子游戏与数百种周末版报刊,颇具“文化”意味的麦当劳、必胜客在北京落地并快速发展,这一切必然挟带西方“后工业社会”气象及文化、价值、意识形态倾销,其间滚滚运作的金元之流的魔

术与魅惑……这一切，不仅在中国开发出一个巨大的、潜力无穷的大众文化市场，而且为之提供了众多可供无穷复制并渐次“本土化”的范本^④。

在整个 20 世纪 90 年代，“一方面是主流意识形态的加强，而另一方面却是文化市场与文化工业机制愈加深广地分享着意识形态机器的权柄，并开始了一个不间断的、将其转换为资本的过程”^⑤。不过，这种权柄的分享却始终分寸有度，资本的力量可以占领娱乐市场，但不能染指意识形态主题。市场化给予人们更多的自主选择，然而个体的理性选择也可能导致集体的非理性，表现在娱乐文化方面就是传统娱乐习惯的衰退以及与之相关联的乡村共同体的消解，人们更愿意参与个体性的娱乐活动而不愿参与更具集体性和公共性的娱乐活动。在传统娱乐习惯日益衰退的同时，新型娱乐习惯则不断走向繁荣。

进入 20 世纪 90 年代，随着市场经济的发展和城乡制度性壁垒的逐渐破除，农民进城务工成为农闲时补贴家用的重要途径。收入的增长和见识的提高，使不少年轻农民开始热切追求城里人的文化生活方式，电视机一时成为农民的文化娱乐奢侈品。在 90 年代初期，电视机开始进入乡村。当村庄只有少量的电视机时，集体看电视成为最受欢迎的公共娱乐方式。进入 90 年代中后期，电视机在农村已经具有较高的普及率，看电视成为农民日常最主要的娱乐休闲习惯。不过，随着电视机的普及，看电视逐渐从公共娱乐转为私性娱乐。农民原来热衷的看电影、看大戏等公共性的文化休闲娱乐方式开始式微，村庄的公共文化娱乐活动越来越稀少。

对于农民而言，看戏是一项传统的民间娱乐方式，而看电影则是新中国成立以后才逐渐形成的另一项“新传统”娱乐节目。“从 20 世纪 50 年代开始到‘文革’结束前，在我国农村有流动放映队 5 万个之多，看电影成为乡村社会一项主要的公共文化娱乐活动。和毛泽东思想文艺宣传队一样，电影在宣传国家政策的同时，对农民进行意识形态教育，是国家建构底层政治认同的重要工具，一些科普影片和纪录片也成为农民获取生产生活知识的新渠道……这个时期乡村社会的公共文化娱乐活动的特点是‘政治挂帅’，文化娱乐为辅，具有很强的公共性。进入 80 年代，电影的放映从国家的一种有意识的组织形式变成了农民私人生活中由私人组织起来的文化娱乐活动，电影放映从政府组织的文化娱乐活动变成了农民的‘喜庆电影’……电影放

映从一种国家或者政府行为，转变成农民的个体行为，放映电影的政治功能逐渐退化，电影不再是国家对农民进行政治规训的工具，变成了农民生命仪式的庆祝方式。”^⑥不过，农民一年内能够看上电影和看戏的次数并不多，平时仍然以聊天和乡村夜话渡过大部分的闲暇时间。

这个时候，农民传统的娱乐习惯受到越来越大的冲击，并走向衰退。传统娱乐习惯的衰退，一方面是由于市场化改革，把广大农民抛入市场经济的漩涡之中。大规模农民进城务工，导致了农村日益严重的“空心化”。农村精英的流失，使得传统娱乐活动的开展没有了组织者、领导者和积极参与者。另一方面，城里人现代化的生活方式也让他们体验到城乡之间文化娱乐的巨大落差，“传统”在改革和现代化的语境中演变为落后和低级的代名词，在这种语境中似乎城市里的一切都是高级和进步的象征，农村人在自我矮化自己的文化娱乐方式的同时，一味地追逐城里人的娱乐方式，电视机、录像机成为 20 世纪 90 年代农村人最向往的娱乐器具，在自己家中看电视、看碟片成为农民新的娱乐习惯。

新型娱乐习惯在乡村社会的兴起，它对传统娱乐习惯的冲击，新型娱乐习惯对单位制集体文化娱乐的替代，共同促成了 20 世纪 90 年代新型娱乐习惯的繁荣。尤其是城市人口的生活水平稳步提升，为他们追求更加多样化的文化娱乐选择提供了物质基础，城市文化设施的完善也为他们享受现代化的体育娱乐和艺术娱乐提供了更多机会，文化事业的市场化改革促使消费型文化娱乐成为城市居民时髦的选择。现场观看大型体育比赛，欣赏艺术歌舞剧、戏剧、演唱会，开始成为年轻人和中产阶层的时尚行为。参与体育活动、学习音乐舞蹈、唱卡拉 OK，成为城里人进行社交和休闲的新型娱乐习惯。当然市场化的娱乐习惯也是泥沙俱下，各种非法或者不健康的娱乐习惯也开始蔓延，以黄赌毒为代表的娱乐习惯迎合了一些人不断膨胀的私欲，既戕害了一批普通民众，也影响了社会秩序和道德。这既有个人的原因，也有市场化大背景下地方政府对娱乐行业的放任和管理失职的原因。

进入 20 世纪 90 年代，市场化作为连接宏观制度和现代技术的重要中介，成为影响大众娱乐习惯变迁的关键性变量，它在导致社会结构发生重大转型的同时也直接影响到 20 世纪 90 年代大众娱乐习惯在城市和乡村的结构性变迁，进而在整体上形成传统娱乐习惯衰退与新型娱乐习惯繁荣的复杂局面。市场化和现代化对农村的冲击，既消解了传

统娱乐习惯的存在价值,也摧毁了传统娱乐习惯赖以生存的社会基础,使传统娱乐习惯成为衰败土地上的最后挽歌。传统文​​化娱乐习惯的衰落也进一步推动了乡村共同体的解体,生活化的公共性娱乐习惯让位给私人性的文化娱乐体验,政治性的公共娱乐习惯烟消云散,个体和公共的文化娱乐联结纽带已近乎全部断开,乡村社会个体化似乎成为经济市场化一个无可逃避的后果。

市场化虽然表面上破除了城乡分割的制度性壁垒,但是二者之间的发展差距不但没有消除反而加剧了。同样地,城乡之间的文化鸿沟非但没有变小反而在不断扩大,城市文化娱乐不仅丰富而且多样化,与之相比,农村的娱乐生活则显得单调和乏味。

总之,在 20 世纪 90 年代,大众娱乐习惯在城乡之间和阶层之间的差异更加明显,这既有市场化在经济上的马太效应的影响,也跟政府文化政策的转向密不可分,这一时期文化娱乐市场化也显著加剧了城乡之间和阶层之间的文化差异。市场化所导致的公共性娱乐习惯的衰退和非健康娱乐习惯的膨胀,共同影响了这一时期社会道德秩序的稳定与和谐。

(三)新世纪信息时代:传统娱乐习惯再造与新型娱乐习惯转型

进入 21 世纪,信息技术成为影响经济社会文化发展的最活跃力量,人们开始积极拥抱信息化时代,并试图在人类新的革命性变革中实现“弯道超车”。这一时期也是市场化、全球化在中国叠加、深入发展的时期,人的命运和生活都被裹挟进信息化、市场化和全球化的三股洪流之中,人们看似能动性的选择也无不受其制约,任其摆布。大众娱乐习惯也在这历史的漩涡中翻卷沉浮,激荡出新的花样,冲击出新的内容。同时一些有识之士开始反思市场化和经济为中心发展模式的弊端,传统以及文化表征再次成为争议的话题,传统文化在全球化的独特文化产业发展标签和民族主义情感标签的加持下,又再次获得重视而焕发新的生机。

全球化带来的文化交流互通使新型娱乐习惯更加多样化、个体化和技术化,无论是在经济维度还是在治理维度,国家重新重视文化娱乐的价值。大众娱乐习惯在这一时期具有了传统娱乐习惯再造与新型娱乐习惯转型的显著特征。全球化表面上推动形成了文化的“麦当劳化”,导致西方文化的快速扩散和对非西方文化的征服,却也形成了另一波对西方文化的反动潮流,促使一些民族国家传统

文化的再复兴。闭塞的社会虽然在开放的初期会积极拥抱和吸纳外界文化,但是当外界文化威胁到本土文化的传​​续之时,有识之士就会率先觉醒,捍卫自身安身立命的文化传统。这一时期“国学热”从学院研究蔓延到民间实践,或许是对文化全球化冲击的一种民族式的反应和表达,迎合了部分民众的心理需求。新世纪的传统文化复兴不同于改革开放初期的传统文化的重建,后者是国家退场后在乡村社会通过接续传统文化资源来弥补公共文化生活的缺失,它在 20 世纪 80 年代形成了城市文化西化和农村文化复古化的断裂局面;前者则是由文化自觉的城市中产阶级发起和实践,再经国家推动逐步由城市推进到乡村的递进过程。2008 年 2 月起开始实施“京剧进中小学课程”工程,到 2009 年 7 月就已在北京、天津等 10 省市试点。其他传统文化艺术和技术比如书法、武术、杂技等传统文化,也逐渐纳入“进校园”工程。

传统文化的复兴是国家应对全球化竞争的治理策略与社会结构转型下民众的精神需求的有效结合的产物。传统文化资源在全球化市场结构下,成为发展文化经济、参与世界文化产业竞争的独特资源,“越是民族的越是世界的”就是对这一理念的注解。社会结构的剧烈转型则使民众在宏观的国家认同和微观的社区联结中陷入困境和迷茫,国别间不同发展阶段的绩效和国家治理绩效在个体身上的不均衡分布都使民众产生对国家体制的再审视,这个时候传统文化和传统娱乐方式便成为建构民族国家认同、厚植国家合法性的一项重要资源,地方性文化则是建构地方社区共同体的有效抓手。传统文化的再造,也包含着传统娱乐习惯的再造,它在新世纪被国家赋予了新的治理意图,也为大众应对社会结构的转型提供了心理慰藉。

新型娱乐习惯得益于市场化、全球化和信息化的迅猛发展,在形式上更加多样,在内容上更加多元,产生了适合各个阶层和年龄的新型娱乐习惯。中老年人的广场舞、乐器队,年轻人的街舞、电子游戏、音乐节、“网络直播”(譬如“抖音”),中产阶级的马拉松、骑行、竞走,富裕阶层的高尔夫,KTV 广泛普及,体育赛事的广泛影响,一起构成了新型娱乐习惯的万花筒。生活水平的普遍提升和闲暇时光的增多使每一个阶层都发展出表征自身特色、个性的娱乐习惯,甚至特定的娱乐习惯成为某一阶层或群体的身份标签^⑦。

在信息化的助推下,新型娱乐习惯出现了一个显著的转型,也就是娱乐形式的组织化和团体化。

便捷的信息沟通使大众更容易找到志同道合者，而密切的交流又可进一步强化团体感。在城市社区中，中老年人建立了广场舞队、模特队、声乐队等众多的娱乐队伍；年轻人更多建立网络娱乐小组，特别以豆瓣网上的各种娱乐小组为代表，网络娱乐小组一般还会举行集体线下活动。各种微信群则成为老年人以及青年人进行娱乐交流的最便捷渠道，帮助他们减少了组织化的成本，增强了组织的活动能力和团体感。这种新型娱乐习惯的组织化运作机制，一方面是由于社会结构的剧烈转型对人们生活的冲击迫使大众不得不寻求加入组织化的社群中。特别是在快速流动的社会里，人们从传统共同体或者单位制共同体中脱嵌出来，亟须融入新的团体中，以建构自己的社会网络，而某种特定的娱乐习惯就成为建立社会网络和社区联结的有效手段。另一方面，组织化的娱乐团体也是在现有国家—社会框架下社会力量发育的合法地带，国家乐见文化娱乐组织的成长，并积极将其吸纳到体制框架之中以辅助进行社会文化治理。

不管是传统娱乐习惯的再造还是新型娱乐习惯的转型，都因应了社会结构的变迁和政治结构的转变。全球化、市场化所带来的社会结构的巨大变迁和西方文化娱乐工业对中国文化娱乐习惯的冲击，迫使国家和社会不得不重新思考文化政策，以抵御外来文化对本国文化的侵蚀和对本国民众心灵秩序的腐蚀。传统文化娱乐习惯在新的历史机遇下得以价值重生，成为建构民族国家认同和社区共同体认同的有效资源。各种新型娱乐习惯也以组织化的运作方式，成为陌生人社会中重建社会联结的重要纽带和国家进行文化治理的有效手段。总之，文化及娱乐习惯开始被国家赋予新的治理价值，文化治理日益成为国家治理现代化的重要组成部分。

二、大众娱乐习惯的演变规律及特点

探索大众娱乐习惯在 40 余年时空转换中演变的具体路径和丰富图景，可以发现和总结大众娱乐习惯的演变规律及特点，为进一步引导大众娱乐习惯的发展提供借鉴。

（一）大众娱乐习惯由单一走向多元

在改革开放前和改革开放初期，大众娱乐习惯的主要特征是娱乐习惯的形式单一、内容单一、价值单一。当时的娱乐习惯以政治性集体娱乐为主要形式，不管是看样板戏还是看革命电影，都是聚集到广场、礼堂等公共空间集体观看，即使听广播

也只能收听一个乡镇广播站的有线广播，即便小喇叭入户也仍然是一种集体收听的形式。娱乐内容以宣传教育为主题，既包括继续革命的思想动员和马列主义的思想教育，也包括国家大政方针的宣讲和模范典型的宣传。总之，对民众进行政治宣传教育是这一时期大众娱乐的主要内容。当时娱乐习惯的内在价值以政治性为最高标准，刻意强调娱乐内容的政治美学价值而遮蔽了文化娱乐习惯的生活美学价值。简言之，在改革开放前和初期，大众娱乐习惯总体上呈现出单一和单调的风格，这种状况既是全能型体制在文化娱乐领域的投射，也是党在泛政治化社会中保持革命合法性的延续。

改革开放以后，随着执政理念的转型，经济发展的绩效合法性代替了革命合法性诉求，追求建立现代化的世俗社会成为政党和社会的可欲目标。国家逐步放弃对文化的绝对管控甚至减少提供意识形态化的公共文化产品，加上广泛的放权和赋权，文化娱乐产品的供给主体日渐多元化，民众在文化娱乐生活的选择上拥有了更多自主权，进而促进文化娱乐领域的世俗化和多样化。首先是娱乐形式的多样性。集体性娱乐尽管仍然是现今社会大众娱乐的重要形式，但是这已不是强制性的集体参与，更多是自主性的结合。同时，个体性娱乐方式、家庭化娱乐方式、小众化娱乐方式或俱乐部式娱乐方式都成为大众娱乐习惯的自由选择。其次是大众娱乐内容的多元化。它既有文化市场和文化技术的推动，也有政策的引导，文化产业已成长为国民经济重要的新兴产业，除了政府提供的以宣传教育为主要内容的公共文化服务，市场也提供了多样化的享乐型文化娱乐服务，社会则提供了众多的自娱自乐型文化娱乐产品。再次是娱乐习惯价值的多元化。其主要表现为娱乐习惯的世俗化，也就是追求娱乐本身的快感和美感，强加于文化娱乐中的政治性逐渐从前台转向后台隐秘运作，文化娱乐出现了由解放政治向生活政治的转型。

总之，改革开放以来，大众娱乐习惯由单一向多元的结构演变，既是政治权力收缩的结果，也是国家选择性引导的结果。它一方面显示了国家由文化管理向文化治理的转型，另一方面暗合了文化大众化和文化民主化的逻辑。

（二）大众娱乐习惯演变中的冲突与融合并存

在改革开放 40 余年的发展进程中，大众娱乐习惯领域本身作为一个结构性场域形成了冲突与融合并存的演进格局。大众娱乐习惯的冲突与融合也是各种文化和文化实践者之间的交流与碰撞，

既形成了不同群体间文化娱乐的分化与矛盾,也推进了文化娱乐的发展与繁荣。

大众娱乐习惯发展演变中的冲突和融合是多维度和多层次的,具体包括大众文化娱乐在文化激进主义者和文化保守主义者之间的冲突与融合、城乡之间大众娱乐习惯的冲突与融合、不同阶层间大众娱乐习惯的冲突与融合、代际娱乐习惯的冲突与融合以及中西娱乐习惯的冲突与融合。

娱乐习惯在改革开放前承担着重要的政治性功能,也是对民众进行道德教化的载体。可以说是“文以载道”在娱乐领域的接续。新型娱乐习惯在20世纪80年代刚刚兴起之时就受到文化和政治保守派的批判和压制,邓丽君等港台歌手所唱的流行歌曲被称为靡靡之音,现代舞蹈也被批评为有伤风化,这就形成了现代流行娱乐文化和革命政治娱乐文化之间的冲突和矛盾,并且这一冲突贯穿于改革开放的始终。娱乐习惯既受到一国传统文化的影响,也受到一国政治经济社会发展水平的制约。西方发达国家所形成的现代和后现代的文化娱乐习惯总是和有着自身历史传统的发展中国家之间存在“代差”,尽管这种“代差”有缩小的趋势,但囿于传统的顽固和政治制度的差异,对不同文化娱乐习惯的接受度上的总体差异会长期存在,反映在个体和阶层间的差异就导致大众文化娱乐习惯的冲突。当然这种冲突会随着经济的发展和社会的进步而不断缓和,文化管理者会顺应民意,文化保守者也会逐渐转变看法,进而使过往的地下活动的文化娱乐习惯走向台面,小众范围的娱乐习惯得到扩散,以致随着改革开放的深化,文化保守派和文化激进派在娱乐文化习惯上的冲突不断弱化。

代际娱乐习惯冲突本质上也是传统文化意识与现代文化习惯的冲突。老年一代恪守着古老传统和共产主义新传统,显得较为保守,对新事物特别是源自西方的娱乐心存芥蒂。然而,随着社会发展,老年人和青年人之间文化素质和文化意识的差距会逐渐缩小,二者的娱乐习惯也出现了一定的融合,比如玩QQ、玩微信已成为各年龄段的新型娱乐习惯,老年一代也会向青年人学习请教相关知识。

城乡之间由于经济社会发展水平的不均衡、不同步,也在娱乐习惯上出现冲突,这种冲突主要表现在城市居民对农村人娱乐习惯的歧视,认为农村人的娱乐习惯都是封建落后的;反过来,农村民众尽管向往城市现代化的娱乐习惯,但对城市非健康的娱乐习惯也充满鄙视,认为它们败坏了社会风

气。而随着乡村旅游的发展,乡村娱乐习惯经过现代改造以及与田园风光的结合则吸引了一部分城里人寻找“乡愁”,“民俗游”甚至成为吸引城市人的重头戏。

阶层之间的分化也带来大众娱乐习惯的分层,早期富裕阶层最先开展娱乐消费,以此享受生活和标榜身份,普通民众则主要以利用公共娱乐设施进行休闲娱乐为主。随着娱乐文化市场的繁荣,更多民众有了文化消费的闲暇和金钱,假期旅游的火爆也映衬出旅游从改革开放初期作为富裕阶层的享乐逐步成为寻常百姓的一种休闲娱乐方式。尽管阶层之间在娱乐习惯上出现分层,但是随着经济迅速发展和自由选择能力的增强,阶层之间的模仿和追随会弥合这种分层导致的“缝隙”,阶层之间娱乐习惯在一定程度上趋向融合。

改革开放的迅猛发展带来了多元娱乐习惯的大交流、大碰撞,一时间传统与现代、东方与西方、精英与大众等各种娱乐文化元素共处一室,争奇斗艳、交相辉映。这种传统、现代与后现代娱乐习惯叠加共生的结构,强化了民众娱乐习惯之间的冲突与融合的剧烈程度。于是,它既给当代人带来强烈的娱乐文化冲击,也为其提供了更加多样自由的娱乐文化选择。传统娱乐习惯和现代娱乐习惯、精英娱乐文化与大众娱乐文化的融合并进,共同推进了我国娱乐文化的大繁荣、大发展。

(三)大众娱乐习惯演变中的去功能化与再功能化共存

大众娱乐习惯作为广义的大众文化的组成部分,具有一定的文化政治功能。深受葛兰西文化领导权思想影响的法兰克福学派认为大众文化是主流意识形态的传递者,是统治阶级支配民众的文化手段。作为现代娱乐消费体系的“文化工业”就是为大众提供一种无脑子的快乐,“快乐始终意味着无所思索,忘却痛苦,即使是正处在痛苦之中。从根本上讲,它是一种无能为力的状态。快乐确实是一种逃避,但并非人们所说的是对残酷现实的逃避,而是对最后一点反抗现实的思想的逃避。快乐许诺给人们的自由,就是逃避否定的思想”^⑧。实现“葛兰西转向”的英国文化研究学派则“把大众文化看作是社会中从属群体的抵抗力与统治群体的整合力之间相互斗争的场所”^⑨。美国著名媒体文化研究者尼尔·波兹曼(Neil Postman)则坦言:“各种各样的专制者们都深谙通过提供给民众娱乐来安抚民心的重要性。”^⑩总之,大众娱乐习惯从来不局限于纯粹的“娱乐”问题域,它往往具有作为统

治阶层灌输政治意识形态手段的功能以及民众以大众娱乐习惯作为弱者的武器进行抵抗和斗争的功能。

大众娱乐习惯在改革开放 40 余年的发展中,也成为多元主体践行多种文化功能的场域,并呈现出大众娱乐习惯的去功能化与再功能化共存的复杂场景。

大众娱乐习惯的去功能化,是指大众娱乐习惯在改革开放后从国家全能管控的政治领域下坠为民众较为自主的生活领域的过程,大众娱乐习惯担负的政治意识形态功能出现了由强到弱、由显至隐的转变。当国家不再直接主导和控制民众的娱乐生活,并从中选择性退出之后,民众也进行了一种自我解殖,开始自主认识并追求娱乐生活的私人性、休闲性和选择权。这种去功能化是国家政策转向的产物,当经济建设为中心成为国家发展的主要方向,当现代化成为建设目标,娱乐习惯所承载的政治功能就逐渐削弱,并出现质的转型。它既不再全面控制也不再强制控制民众的娱乐生活,尽管政府文化部门依然负有通过提供文化产品引导和教化民众的职能,但就作用方式和实际效果来看,娱乐文化的政治性显功能已经大为减弱。最重要的是民众意识的逐步世俗化和个体化,形成了对现有公共文化娱乐政治性内涵的消解和漠视。这种大众娱乐习惯的逐步去功能化乃是社会结构转型和个体能动性展现的综合结果。

与此同时,大众娱乐习惯也经历了一个再功能化的过程,也就是说在新的社会结构中,大众的娱乐习惯选择有了新的功能,它主要表现为政治表达功能和重塑共同体功能。改革催生了新的政治表达方式,其中文化的表达和抵抗成为一些先锋人士的时髦选择。20 世纪 80 年代开始在中国生根发芽的摇滚乐,就形成了对既有体制和社会结构的冲撞和批判。摇滚乐是先锋艺术中最具大众性的娱乐习惯,因而也是青年群体娱乐习惯再功能化的具体表现。在市场经济浪潮的冲击下,无数人从乡村共同体和单位共同体中脱嵌而出,在拥抱自由的同时也独自承受着现代性的孤独和风险。对群体生活和共同体的天然依赖,又促使民众在享受私人娱乐生活的同时开始追求集体性和组织性的大众娱乐习惯,遍布城乡的广场舞队伍、传统民俗活动的重生,都昭示着人们对共同体重建的呼唤。

在我国,大众娱乐生活场域难以褪除政治性表征。在中国改革开放进程中,这种政治性表征同时兼具去功能化和再功能化的矛盾面向。正是国家

的权力收缩和对社会和民众的放权,才促成娱乐文化的政治性功能弱化;正是民众权利意识的增长,才生成以娱乐文化进行政治表达的现代功能,而民众通过集体性的大众娱乐习惯来再造共同体也是对市场化后果的应激反应。大众娱乐习惯演变而去功能化和再功能化的变奏,又何尝不是制度变革的逻辑结果呢?

(四)大众娱乐习惯演变中受控和自主的交缠

从总体上看,改革开放以来的大众娱乐习惯经历了一个不断由受控转向自主的演变过程。尽管政治制度是形塑大众娱乐习惯的深层力量,但不断生长的市场体制也对大众的娱乐选择产生了重要影响。然而,市场体制的解放话语表面上给大众带来了更多的娱乐选择自主性,实质上却使大众陷入文化工业“娱乐至死”的巨大诱惑之中,丧失了自身的主体性和批判性。政府则转换文化政治的思维,试图以文化治理的方式,在赋予大众自主选择的同时依然掌控着文化娱乐的内在生产机制,进而重建新的文化领导权,所以大众娱乐习惯在制度和市场的双重夹击下,形成了受控和自主的交缠景观。

文化市场以及文化工业的繁荣,形成了大众文化娱乐习惯生产与消费的“二律背反”。一方面,在现代大众文化语境中,表面上看大众成为文化娱乐创作者和接受者的主体,拥有较大的自主权和选择权,呈现出大众娱乐文化的多元化;另一方面,大众娱乐文化的生产依赖于资本的运作、商品化和现代技术的力量,资本追求利益最大化,通过研究大众娱乐文化心理,不断生产出满足大众简单快感的娱乐化产品,于是暴力色情游戏、宫斗剧、玄幻文化成为文化工业最热衷的文化题材。尽管生产的娱乐文化产品的形式花样繁多,但内在的逻辑都是“娱乐至死”的快感文化,并形成了渐趋相同的单一化模式,最终形成了现代大众娱乐文化生产与消费的“二律背反”,也就是自由竞争的文化市场生产体制,最终生产出的却是单一化逻辑的文化产品和文化消费的表面自由,在快感文化中“人们由于享乐失去了自由”^⑩。这种现象,从实质来看是现代大众娱乐文化选择中个体自由导向和市场自由体制间的张力在社会结构“场域”上的畸形展现。政府在文化领域的逐步放权,营造出民众在大众文化娱乐领域自主性不断增强的景象,随着民众权利意识的崛起,政府再也不能通过强制性的手段控制大众娱乐生活,转而把政府治理意图和意识形态注入更具美学化、艺术化、科技化的文化产品生产和供给之中,影响大众的娱乐文化选择,使民众在自由选

择和体验中接受编码于其中的治理理念和内在的治理逻辑,从而不断再生产出文化领导权。

三、对大众娱乐习惯的管理和引导

政府管理和政策环境是在中国改革开放 40 余年进程中对大众娱乐习惯影响最深的变量,市场和技术变量在某种程度上也是由它派生出来的。政府管理和政策环境对大众娱乐习惯的影响具有显性和隐性两种方式:显性的方式包括对大众娱乐习惯进行主流价值的宣传引导,针对娱乐市场和主体的直接管理,对文化院团的改革与收编等;隐性的方式主要是通过单位制组织和动员集体娱乐活动,通过市场化引导娱乐习惯的自主选择。

(一)主流价值的宣传与引导

主流价值是意识形态的核心,它既关系到权力的合法性与正当性,也关系到社会秩序的稳定和发展。尽管改革开放后国家选择性地放弃了对民众娱乐生活的全面干预和强制控制,但对涉及政治安全和道德传承的主流价值的捍卫和坚守仍然是宣传文化部门的重要职责。宣传文化部门是宣传和引导主流价值的主管单位,面对改革开放带来的社会结构变迁和大众的心理变化,不断调整工作内容和工作方式,以提高主流价值传播受众的接受度和认可度。

20 世纪 80 年代,宣传文化部门对主流价值的宣传开始转型,改革开放的精神和理念取代继续革命,成为这一时期主流价值的内在特质,把改革开放的话语内涵通过各种文化娱乐方式向大众进行宣传和传播,在全社会营造支持和践行改革开放的良好氛围。与此同时,精神文明建设开始在全社会展开,传统道德和共产主义新道德一起成为建构大众精神文明的基本内容,把这些道德价值融入大众娱乐常见的文艺作品和宣传文本之中,进而达到寓教于乐的目的。诚如葛兰西所言,“国家[始终]具有教育和塑造的作用,其目的在于创造更高级的新文明,使‘文明’和广大群众的道德风范适应经济生产设备的继续发展,从而发展出实实在在的新人类”^⑩。他进一步提出:“每个国家都是伦理国家,因为它们最重要的职能就是把广大国民的道德文化提高到一定的水平,与生产力的发展要求相适应,从而也与统治阶级的利益相适应。”^⑪改革开放伊始,党便提出建设社会主义精神文明,“在建设高度物质文明的同时,提高全民族的教育科学文化水平和健康水平,树立崇高的革命理想和革命道德风尚,发展高尚的丰富多彩的文化生活,建设高度的社

会主义精神文明。这些都是我们社会主义现代化的重要目标,也是实现四个现代化的必要条件”^⑫。

对主流价值的宣传,逐步从改革开放前的强制灌输变成软性引导,以适应民众不断增长的自主意识。到 20 世纪 90 年代,主流价值的基本内涵依然是改革开放和精神文明建设,推进市场经济和现代化建设成为改革开放的时代新内涵,反映市场化、现代化建设的文艺作品和影视作品成为大众通过娱乐方式接受主流价值的主要载体。由于市场化的快速推进和制度的一时缺失,民众的精神道德世界出现了较为明显的失序问题,精神文明建设更加紧迫,对法制精神和道德精神的宣扬成为这一时期建构主流价值的重要内容。这一时期看电视逐渐成为大众娱乐的普遍习惯,因而电视节目成为国家宣传和引导主流价值的重要载体。步入 21 世纪,国家发展进入新的阶段,面临着新的挑战,科学发展观凝聚了党对改革开放中如何优化发展的新思想新理念,成为这一时期新的主流价值。与此同时,精神文明建设则主要集中在民族精神、家庭美德、社会主义荣辱观等教育上,新的媒介手段的出现更加丰富了大众娱乐方式,国家也借助更多样的传播方式和娱乐方式进行主流价值的宣传和引导。进入新时代,社会主义核心价值观成为主流价值的高度概括和全面总结,也昭示着国家日益重视对主流价值的宣传和引导,积极推动社会主义核心价值观全面融入大众娱乐生活习惯之中。社会主义核心价值观在电视中反复播放,广场上到处张贴,甚至在网络游戏场景中都要有所体现。这种将社会主义核心价值观辐射到大众娱乐生活的各个环节的全面宣传,推动了社会主义精神文明建设和主流价值的广泛传播。

(二)娱乐领域的管理

随着大众娱乐领域市场化水平的提高,娱乐产业成为重要的经济部门,因而,和其他市场化主体一样,娱乐行业主体也要接受国家的政策监管,非营利性的娱乐社团作为社会组织,也要接受文化和民政部门的监督和管理。政府对娱乐领域的监管,一方面是为了保护娱乐消费者的人身安全和财产安全,另一方面则是为了保护国家的文化安全和维护文化内容的健康。总体而言,政府主要从三方面对娱乐进行管理:(1)对娱乐内容的管理;(2)对娱乐场所的管理;(3)对娱乐团队或组织的管理。可以说,政府对文化娱乐的政策管理,直接影响到大众娱乐产品和服务的供给。

为加强政府对娱乐内容的管理,1997 年 9 月

通过施行《广播电视管理条例》^⑥，其第三十三条规定：“广播电台、电视台对其播放的广播电视节目内容，应当依照本条例第三十二条的规定进行播前审查，重播重审。”这一条例经过两次修正，但仍然保留了上述第三十三条规定^⑦，要求“广播电台、电视台应当提高广播电视节目质量，增加国产优秀节目数量”，禁止制作和播放危害国家、破坏民族团结、侵犯他人权益、宣扬淫秽迷信或者渲染暴力的内容节目。早在1996年5月，国务院就制定发布了《电影管理条例》。2001年12月，国务院通过了新的《电影管理条例》^⑧。该条例明确规定，“国家实行电影审查制度”。要求影片不得载有危害国家、破坏民族团结、扰乱社会秩序、侵害他人权益、危害社会公德和民族优秀传统文化传统、宣扬邪教迷信淫秽赌博暴力或者教唆犯罪等方面的内容。随着互联网的发展，依托互联网的娱乐形式和内容愈来愈丰富，并成为大众娱乐的一个主要载体和形式。为此，国家从1996年开始相继出台了系列管理条例、管理办法，对互联网的娱乐内容进行规制。2016年11月7日，国家还发布了《中华人民共和国网络安全法》，其第六条明确规定：“国家倡导诚实守信、健康文明的网络行为，推动传播社会主义核心价值观，采取措施提高全社会的网络安全意识和水平，形成全社会共同参与促进网络安全的良好环境。”第十二条对使用网络做了更加具体的规定^⑨。

此外，2006年1月，文化部办公厅专门发布《关于进一步加强歌舞娱乐场所内容管理有效维护内容安全的通知》^⑩，要求加强管理和引导，大力发展先进文化，积极支持健康有益文化，坚决抵制腐朽文化，使歌舞娱乐场所真正成为人民群众满意的健康文明的场所，为构建和谐社会营造良好的文化环境。它还要求进一步加强对歌舞娱乐场所播放内容的审查和监督，积极倡导符合歌舞娱乐场所特点的演出内容和演出形式，积极倡导健康文明的娱乐活动。

我国很早以前就有关于娱乐场所的管理规定。现代意义的娱乐场所管理规定，至少可以追溯到上海租界工部局于1935年制定的《娱乐业管理条例》^⑪。改革开放以后，随着娱乐业的兴起，地方政府和中央政府先后出台了多种娱乐场所管理条例。早在1994年1月，广东省就通过了《广东省营业性歌舞娱乐场所管理条例》，次年11月云南省也通过同样的管理条例。1999年3月，国务院通过《娱乐场所管理条例》，其第一条便明确指出，制定本条例是“为了加强对娱乐场所的管理，丰富人民群众文

明、健康的娱乐生活，促进社会主义精神文明建设”。2006年1月，国务院通过新的《娱乐场所管理条例》，10年后再次做了修订。该条例第三条规定，“县级以上人民政府文化主管部门负责对娱乐场所日常经营活动的监督管理”。同时，该条例第十三、十四条对娱乐场所经营的内容（特别是禁止性内容）做了具体详细规定^⑫，要求娱乐场所倡导弘扬民族文化，禁止危害国家、伤害民族、违反政策、违背道德、侵害权益等娱乐内容。

对娱乐团队或组织的管理，主要体现在国务院发布的《社会团体登记管理条例》^⑬之中，并要求“发挥社会团体在社会主义建设中的积极作用”。此外，北京（1986）、上海（1994）、重庆（1995）、浙江（2000/2010修正）、吉林（2002/2017修正）等省市先后发布《社会团体管理条例》，广州（2014/2015修正）、辽宁（2017）先后出台《社会组织管理办法》，对社会团体或组织的管理做了明确规定。文化娱乐类社会组织和团体也不例外，必须遵循相关管理规定才能向社会提供文化娱乐产品和服务。对于加快构建现代公共文化服务体系，中央还提出“鼓励和引导社会力量参与”，“培育和规范文化类社会组织”，“激发各类社会主体参与公共文化服务的积极性，提供多样化的产品和服务，增强发展活力，积极培育和引导群众文化消费需求”^⑭。2016年12月通过的《公共文化服务保障法》^⑮第三条则明确规定，“公共文化服务应当坚持社会主义先进文化前进方向，坚持以人民为中心，坚持以社会主义核心价值观为引领”。

（三）国有文艺院团的改革和民间文化娱乐社团的收编

国有文化院团是新中国成立后为满足人民的文化需求，同时宣传革命文化、服务政治社会发展而建立的文化艺术单位。可以说，在改革开放前，国有文化院团提供了大部分大众文化娱乐产品和服务，是国家文化事业发展的主力军。但是，改革开放后庞大的国有文化院团组织越来越不适应经济社会的发展，亟须进行改革。改革开放后随着政府减少文化娱乐产品的供给，民间自发组织的文化娱乐社团就成为大众文化娱乐的有益补充，对民间文化娱乐组织进行收编，达到受我所管、为我所用便成为政府的一种策略。

20世纪80年代，我国明确提出了文化体制改革的目标和任务。以承包经营责任制为主要形式的院团改革，在全国得到了推广。我国文艺院团改革除了进行承包责任制的尝试外，还施行了“以文

补文、多业助文”等改革措施,扩大了文艺院团经营自主权。20世纪90年代,文艺院团改革的重点是深化内部的运行机制改革并开始引入市场化的理念以推进“文化产业”的发展。这一阶段的艺术表演团体体制改革,以国有艺术表演团体尤其是省级和中央艺术表演团体为改革重点。对高层级的文艺院团,加大财政投入、进行资源整合建立大型的文艺院团组织,而对地方小型文艺院团的支持力度较小,强制性推向市场,因而造成很多地方文艺院团的衰落甚至关门,直接影响了20世纪90年代大众文化娱乐的水平。2000年以后,“文化事业”和“文化产业”相分离的理念被提出来,以指导文化艺术院团的改革。2003年7月,中宣部、文化部、国家广电总局、新闻出版总署发布了《关于文化体制改革试点工作的意见》,提出要正确把握文化事业与文化产业的区分,坚持一手抓公益性文化事业,一手抓经营性文化产业,做到“两手抓、两加强”。在这种新的改革思路的指导下,一些处于困境中的地方文化院团又获得了新的政策支持。

国家对民间文化娱乐社团的收编,主要通过政策引导、政府购买服务,向民间娱乐组织提供场地支持、业务指导和资金扶持,引导民间文化娱乐社团积极在政府部门登记备案,参与政府主办的文艺活动,承接政府的购买服务项目,向本地居民提供文化服务。政府对民间文艺社团的收编,一方面将其纳入了政府监管之下,另一方面也通过国家与民间组织的合作,丰富并提升了大众娱乐产品的供给。

(四) 单位对集体性娱乐生活的影响

单位是计划经济时代对国有机关和组织的统称。在改革开放以前,单位是中国社会中的一个高度整合和低度分化的基本组织形态。当时的中国社会,是一个由极其独特的两极结构所组成的社会:一极是权力高度集中的国家和政府,另一极则是大量相对分散和相对封闭的一个个的单位组织^⑥。基于单位办社会和福利单位化的组织特征,形成了单位制超强的社会动员力和社会整合力。因而,集体性娱乐生活既是单位文化福利,也是通过集体性活动对单位人进行内部整合和社会整合的机制。于是,单位成为代表国家组织和管控人们娱乐生活的微观组织。

在改革开放后,单位对人们娱乐生活习惯的影响也发生了变化,集体娱乐生活的组织动员方式和娱乐内容都有了新的特征。有学者认为,计划经济时期,国家以单位为中介对个人进行组织和管理,

通过把个人纳入单位,形成以“国家—单位—个人”为纵向主轴的管理模式,“单位文艺”正是在这种模式下形成的。依据“单位文艺”的功能和特点,可将“单位文艺”动员划分为生产激励型、政治动员型和仪式型三种类型^⑦。单位文艺在很大程度上包含了或者等同于单位中的大众文化娱乐,因而在计划经济时代大众娱乐生活也是单位基于生产激励、政治参与和仪式展演的需要而组织动员的。在计划经济时代,大型国有企事业单位中都有专门的文艺组织或者文艺队伍负责单位中的文艺活动的举办和表演,再加上生产和居住都在单位内部,所以单位文艺活动比较容易举办,因而在那个时代,单位人普遍认为当时的文化娱乐生活较为丰富。改革开放后,国有企业面临市场竞争的压力加大、政治参与的压力减少,生产激励逐渐变为以经济物质激励为主,单位的文化生活地位因此大大下降,单位动员举办集体性文化娱乐的频率和规模与改革开放前不可同日而语,单位内文艺积极分子自发组织的娱乐文化活动更多一些。随着市场化改革的进一步深入,国有企事业又发生了新的结构性变化,分房福利的取消和商品房的兴起,导致单位职工不再集中居住,而是分散在各个商品房社区之中,这样一来单位集体性文化娱乐活动难以组织,尽管很多单位拥有丰富的娱乐场馆和设施,但是生产和居住的分离以及居住的分散都制约了集体娱乐活动的开展,以致如今单位只能在较大型的节日组织集体娱乐活动,人们更多的娱乐活动都在自己居住的社区中进行。也就是说,单位制作为一种动员机制,随着单位制本身的结构变化,单位对大众娱乐的组织动员已经由全面管控变为特定动员。单位制曾经形成的集体文化生活的繁荣景象,成为一代单位人的集体记忆,但社会的发展和转型再也无法恢复到往昔集体娱乐的“辉煌”,所幸单位制孕育和培养的文艺人才都在社区中成为社区集体文化娱乐的组织者和骨干,成为当今社区的重要文化人才资源。

四、对当今大众娱乐习惯的反思

大众娱乐作为连接民众日常生活与国家政治生活的文化纽带,它是个体、国家、社会和市场共同作用的场域,因而大众娱乐生活的内容、方式和结构变迁不仅影响罗伯特·帕特南《独自打保龄》^⑧中所揭示的社会资本的培育,也关系着社会道德秩序的维系,以及各群体间的利益表达和权力体系的互动方式。当代中国大众娱乐习惯经过40余年的

快速发展,受到多重因素冲击,既带来了大众娱乐的民主化、生活化和多元化等积极的价值转型,也出现了娱乐习惯的个体化、泛娱乐化和亚文化化等具有负面影响和值得反思的现象。

(一)大众娱乐习惯的个体化

个体化作为一个描述社会结构变迁的概念,它“首先是指个体从旧有的社会性羁绊中‘脱嵌’出来的过程。这些社会性羁绊包括一般意义上的文化传统和那些界定个体身份的社会范畴,如家庭、亲属关系、社群和阶级等”^⑧。因此娱乐习惯的个体化不止是说娱乐方式的个人化和私密化,更重要的是指大众娱乐习惯的“脱嵌”,也就是大众开始疏离共同体中的集体性娱乐活动,在娱乐方式上脱离对组织或共同体的依附性。在具有现代意识和获得更多自主选择权的民众看来,乡村共同体流传的集体性娱乐文化成为落后的代名词,政府组织提供的公共文化娱乐活动充斥着枯燥的说教,而个体私密的娱乐选择则可以带来快感和个体身份的另类建构。但是,乡村共同体和公共组织同时也是提供归属感和认同感的组织载体,从中脱嵌而出获得的短暂的自由的代价则是社群感和本体安全感的丧失。同时,更加个体化的娱乐方式也稀释了人们之间的社会联结和互动,进而阻碍了社会资本的生成和成长。因而大众娱乐习惯的个体化作为转型期社会个体化的表现之一,它既表征了个体的自由意志,也承载了社会结构性风险。故而构造个体脱嵌之后得以再嵌入的新的组织形式或者再造生活共同体为现代人重建意义之源,就成为当代中国应对非制度化或者低制度化的个体化的因应之策。

(二)大众娱乐习惯的泛娱乐化

大众娱乐的目的,是通过娱乐活动使人轻松愉悦,平复因工作、学习带来的心灵秩序的紧张,同时也可以娱乐中体验美感、快感和道德感,但是过度追求娱乐效果所造成的泛娱乐化倾向,不仅侵蚀了人的心灵秩序,也带来社会文化价值危机。中国的大众娱乐在近20年的发展中,由于受西方消费主义、后现代文化和互联网技术的影响,开始出现泛娱乐化症状。首先是文化市场的泥沙俱下,充满感官刺激、欲望和无规则游戏的庸俗文化成为娱乐市场为获取利润而大肆生产的文化产品的主要内容。这些充斥着追求快感、诱惑性的娱乐文化,不仅俘获了心智还不够健全的青少年的心灵,甚至自制力较差的成年人也深陷其中难以自拔。“网瘾”已成为学校、家庭和社会面临的严峻课题,各种网络游戏已成为新的精神鸦片,使人在过度娱乐中丧

失主体性和发展机会。其次是“解构一切”成为文化工业的操作“诀窍”,任何文化的、政治的内容都成为文化工业生产快感娱乐文化的辅料,“我们的政治、宗教、新闻、体育、教育和商业都心甘情愿地成为娱乐的附庸,毫无怨言,甚至无声无息,其结果是我们成了一个娱乐至死的物种”^⑨。于是,在互联网的影视作品中革命烈士遭到调侃亵渎,文化经典也被戏说乱改。大众娱乐习惯的“泛娱乐化”,不仅使大众在“泛娱乐化”恶性循环中陷入对感官刺激和“爽文化”的追逐之中丧失自我,也降低了大众文化品位,扭曲了是非曲直的标准,模糊了善恶美丑的界限。近年流行的“佛系文化”“丧文化”,其实也是这种“泛娱乐化”的另一种表现。大众娱乐习惯的泛娱乐化虽然具有消解传统权威、抵抗权力、逃避现实的意涵,但它同时又导致大众被新的市场权威和资本逻辑所支配,最终个体在娱乐狂欢中陷入自我价值的迷失,文化道德价值在娱乐工业的繁荣表象下不断陷落。因此,警惕大众娱乐的泛娱乐化和过度化,调整和引导娱乐产业的发展方向成为当务之急。

(三)大众娱乐习惯的“亚文化化”

亚文化是相对于主流文化而言的,主流文化是处于支配地位和官方背景的文化。在改革开放前,主流文化几乎统摄了民众全部的娱乐文化生活,那个时候几乎不存在具有自主性意义上的亚文化,只有在改革开放后随着大众文化自主选择的增加与社会结构的分化,才逐渐产生了反映不同群体特征和不同阶层身份的亚文化。从亚文化概念的历史演变中可以发现,它和社会学维度上的越轨文化、政治学维度上的仪式抵抗和文化学维度上的意义争夺密切相关,可以说亚文化既是对社会问题的文化表征,也是社会问题的一部分。中国大众娱乐习惯发展中产生的亚文化现象也映射出社会结构变迁的复杂镜像,勾连着社会利益分化的社会事实。中国的快速发展和对多重现代性的压缩并进,也导致中国的亚文化景观具有更加复杂的面相。

首先,青年在社会权力结构中的边缘地位决定了青年亚文化与生俱来的社会批评性。如对社会不公平、社会权力结构不平等的抵抗,对主流文化、父辈文化压迫的反抗。这种抵抗时而温和时而激烈,主要通过拼贴、模仿、反讽的手段在符号层面进行象征性抵抗或者仪式化反抗。“换言之,青年亚文化不只是被动地接受电视、电影、音乐、服饰等流行时尚的东西,而且也会通过各种形式来抵抗主流的社会价值。比如许多青少年通过追求奇装异服、

流行的电子游戏和街头舞蹈等,不仅在逃避而且也在挑战社会的约束”^⑧。曾经一个时期,我国青年亚文化实践以地下摇滚乐为代表,它可能是当代中国最具抵抗性的亚文化,但终究难逃被权力压制或者资本收编的命运。老年人也有自己的亚文化,譬如广场舞^⑨,但事实上广场舞由于本身的包容性还不能算作严格意义上的亚文化,不过它往往因为参与其中的某些老年人的争夺广场空间及其不顾影响他人的形象被建构成一种充满张力的亚文化。“不是老人变坏了而是坏人变老了”,这句对广场舞群体的污名化标签,不仅表达了青年一代对广场舞扰民的控诉,也隐含了自身的意识形态企图,那就是借由对旧集体主义制度的批判而固守中产阶级个体主义生活的追求。他们的控诉得到了回应,他们的批判却只能在内部群体中自我强化。阶层之间也必然存在亚文化,杀马特乡村青年^⑩的文化自我实践,意在形成一种摆脱乡村气息模仿城市现代青年文化的亚文化形象,以弥补文化上的城乡差距。当他们被城市中产阶级建构为杀马特的形象时已经具有了新的亚文化面向,他们拙劣的模仿但没有赢得城市青年的同情,反而被用来增强城市青年自身的文化优越感。相互隔离的亚文化表达也彰显了制度的结构性不平等依然坚固。

由此可以看出,当今中国的亚文化景观,不仅具有仪式抵抗、意义争夺等自我实践的亚文化,还存在表征群体冲突和阶层歧视的他者建构型亚文化,以及具有自我实践与他者建构的双重面向的复杂亚文化。总之,大众娱乐习惯的亚文化化需要引起重视和引导,毕竟它不仅展现社会问题,本身也是社会问题。

五、总结和讨论

在众多的习惯之中,娱乐习惯看似是最无涉政治的,很难与国家制度发生直接的关联,但现实并非如此。诚如戴锦华所言,“在1949年之后,高度政治化的中国文化生活,决定了每一种非政治化的行为都势必带有或被赋予政治意义与色彩”^⑪。在集体化时期,人们的娱乐生活被各种政治运动、政治学习和政治宣传所取代。改革开放以后,尽管人们的娱乐生活逐渐褪除了浓厚的政治化色彩,仍然会随着国家制度和政策的变化而变化。在我国,始终不存在纯粹意义上的娱乐习惯。人们的娱乐习惯或隐或显地受到国家政策和社会制度的影响。透过对当代中国大众娱乐习惯变迁的考察,也能从中反观和体认中国政治社会的特性。从这个意义

上而言,大众娱乐习惯既是一定时期政治社会制度的隐喻又是其表征。

纵观我国民众的娱乐习惯变迁,不难发现其先后大致经历了三种典型形态的娱乐习惯,即改革开放之前的“以政治为主题”的娱乐习惯、市场化改革时期的“去政治主题”的娱乐习惯以及文化治理时期的“隐政治主题”的娱乐习惯,分别对应着特定历史时期的国家政策和社会制度逻辑。细察改革开放40余年来大众文化娱乐习惯的历史演变,则可以发现更丰富的演变线索和脉络,更复杂的作用主体和演变结构,同时也可以追踪到国家权力和社会制度作用于大众娱乐文化场域的蛛丝马迹,以及大众通过娱乐文化习惯和国家、社会互动的历史细节。

考察40余年来大众娱乐习惯的变迁过程,可以发现:在改革开放初的20世纪80年代,传统娱乐习惯缓慢复兴,新型娱乐习惯逐步兴起;在20世纪90年代市场深化发展期,传统娱乐习惯又逐渐衰落,新型娱乐习惯则进一步繁荣;到了新世纪在信息技术的影响下,传统娱乐习惯得以再造,新型娱乐习惯出现转型。在大众娱乐习惯40余年的演变历程中也呈现出了几个规律性特点:大众娱乐习惯由单一走向多元;大众娱乐习惯演变中的冲突与融合并存;大众娱乐习惯演变中的去功能化与再功能化共存;大众娱乐习惯演变中受控和自主的交缠。这些演变过程中的张力也正是制度、市场和技术所形成的力场与个体主体性的角逐与斗争的展现。同时,大众娱乐习惯在40余年的发展中也出现了一些值得反思的现象,比如随着我国社会日渐从总体性、集体化趋向个体化,有些大众娱乐习惯也出现了个体化,它预示着公共领域、公共参与的衰落,从而对政治制度产生一定的影响;随着社会利益分化和文化多元化,大众娱乐习惯出现了亚文化化,这昭示着国人的娱乐习惯也开始具有一定的政治表达性。由于不同群体对制度的反应不一样,一个社会的中间阶层的娱乐习惯往往有助于制度的维系、稳定,而一个社会的亚群体或边缘群体,其娱乐习惯更多地表现出对既有制度的反抗、抗议;随着市场发育和娱乐工业的繁荣,大众娱乐习惯出现了泛娱乐化的症候,这种解构一切的过度娱乐不仅导致个体自主性的丧失也使社会文化价值陷落,并使文化的生产受到资本逻辑和传媒逻辑的支配。正如习近平同志所指出的,低俗不是通俗,欲望不代表希望,单纯感官娱乐不等于精神快乐。文艺不能当市场的奴隶^⑫。

总之,在现代性和后现代性同时显现、交叉重叠的当代中国,文化娱乐领域不仅关涉对权力、市场和技术所形塑的文化生产机制的反思和抵抗,也关系着大众对日常娱乐生活的意义的改写和争夺。国家政策和政府管理可以通过“文化领导权”“编码”改造人们的娱乐习惯,通过对民间文化团体(特别是剧团)的“收编”“整顿”来影响人们的娱乐习惯。但伴随大众自主性不断增强,各种亚文化的兴起构成了行动主义的抵抗,泛娱乐化的产生在某种程度上也是一种沉默无声的消极不配合,因而文化领导权的建构在现代社会将会充满更大挑战。大众娱乐个体化所表征出的社会公共性的消解,也呼唤着新的公共娱乐形式的出现。

注释

①耿化敏、夏璐:《改革开放40年的中国文化》,北京:中共党史出版社,2018年,第28页。

②④⑤⑥戴锦华:《隐形书写:90年代中国文化研究》,北京:北京大学出版社,2018年,第48页,第58-59页,第83页,第62页。

③席勒说:“说到底,只有当人是完全意义上的人,他才游戏;只有当人游戏时,他才完全是人。”参见弗里德里希·席勒:《审美教育书简》,冯至、范大灿译,北京:北京大学出版社,1985年,第80页。

④张世勇:《电视下乡:农民文化娱乐方式的家庭化》,《华中科技大学学报(社会科学版)》2008年第6期。

⑤譬如,玩“电游”和“动漫”,便是“95后数字原生代”的重要身份标识。他们从小在智能手机、电脑、iPad的陪伴下,在互联网的浪潮中长大,习惯于接受动漫、电子游戏等娱乐产品及其“二次元世界”。他们对社交网络的依赖性很强,而且几乎是生活在“社交全平台”的环境中。

⑥M. Horkheimer and T. W. Adorno, *Dialectic of Enlightenment*, Stanford: Stanford University Press, 2002, p. 116. 转引自欧阳谦:《文化与政治》,北京:中国人民大学出版社,2012年,第273页。

⑦陶东风、和磊:《文化研究》,桂林:广西师范大学出版社,2006年,第82页。

⑧⑨⑩尼尔·波兹曼:《娱乐至死》,章艳译,北京:中信出版社,2015年,第168页,第Ⅱ页,第4页。

⑪⑫⑬安东尼奥·葛兰西:《狱中札记》,曹雷雨、姜丽、张跳译,郑州:河南大学出版社,2014年,第310-311页,第335页。

⑭中央文献研究室:《改革开放三十年重要文献选编》(上),北京:中央文献出版社,2008年,第71页。

⑮1997年8月1日,国务院第61次常务会议通过,1997年8月11日国务院令第228号发布。

⑯根据2013年12月4日国务院第32次常务会议通过,2013年12月7日国务院令第645号公布,自2013年12月7日起施行的《国务院关于修改部分行政法规的决

定》第一次修正;根据2017年3月1日国务院令第676号公布的《国务院关于修改和废止部分行政法规的决定》第二次修正。

⑰2001年12月12日国务院第50次常务会议通过,2001年12月25日国务院令第342号公布,自2002年2月1日起施行。

⑱《中华人民共和国网络安全法》由第十二届全国人民代表大会常务委员会第二十四次会议于2016年11月7日通过,自2017年6月1日起施行。

⑲文化部办公厅:《关于进一步加强歌舞娱乐场所内容管理、有效维护内容安全的通知》(办市发[2006]4号),2006年1月23日。

⑳楼嘉军:《上海城市娱乐研究(1930—1939)》,上海:文汇出版社,2008年,第2页。

㉑第十三条规定:“国家倡导弘扬民族文化,禁止娱乐场所内的娱乐活动含有下列内容:(一)违反宪法确定的基本原则的;(二)危害国家统一、主权或者领土完整的;(三)危害国家安全,或者损害国家荣誉、利益的;(四)煽动民族仇恨、民族歧视,伤害民族感情或者侵害民族风俗、习惯,破坏民族团结的;(五)违反国家宗教政策,宣扬邪教、迷信的;(六)宣扬淫秽、赌博、暴力以及与毒品有关的违法犯罪活动,或者教唆犯罪的;(七)违背社会公德或者民族优秀传统文化传统的;(八)侮辱、诽谤他人,侵害他人合法权益的;(九)法律、行政法规禁止的其他内容。”

第十四条规定:“娱乐场所及其从业人员不得实施下列行为,不得为进入娱乐场所的人员实施下列行为提供条件:(一)贩卖、提供毒品,或者组织、强迫、教唆、引诱、欺骗、容留他人吸食、注射毒品;(二)组织、强迫、引诱、容留、介绍他人卖淫、嫖娼;(三)制作、贩卖、传播淫秽物品;(四)提供或者从事以营利为目的的陪侍;(五)赌博;(六)从事邪教、迷信活动;(七)其他违法犯罪行为。娱乐场所的从业人员不得吸食、注射毒品,不得卖淫、嫖娼;娱乐场所及其从业人员不得为进入娱乐场所的人员实施上述行为提供条件。”

㉒1989年10月13日国务院第49次常务会议通过,1989年10月25日国务院令第43号发布,自发布之日起施行。1998年10月25日国务院令第250号发布新的《社会团体登记管理条例》,原条例同时废止。1998年10月25日中华人民共和国国务院令第250号发布。2016年2月6日根据发布的国务院令第666号《国务院关于修改部分行政法规的决定》修正。

㉓中共中央办公厅、国务院办公厅:《关于加快构建现代公共文化服务体系的意见》(中办发[2015]2号),2015年1月14日, http://www.gov.cn/xinwen/2015-01/14/content_2804240.htm, 2015年12月7日。

㉔2016年12月25日第十二届全国人民代表大会常务委员会第二十五次会议通过,2016年12月25日中华人民共和国主席令第60号公布,自2017年3月1日起施行。

㉕李汉林:《变迁中的中国单位制度:回顾中的思考》,

《社会》2008年第3期。

②⑥吴海琳、王晓欢:《“单位文艺”与国企动员——计划经济时期Y厂的个案分析》,《社会科学战线》2017年第8期。

②⑦参见罗伯特·帕特南:《独自打保龄:美国社区的衰落与复兴》,刘波等译,北京:北京大学出版社,2011年。

②⑧吴理财:《论个体化乡村社会的公共性建设》,《探索与争鸣》2014年第1期。

②⑩欧阳谦:《文化与政治》,北京:中国人民大学出版社,2012年,第66页。

②⑪王芊霓:《污名与冲突:时代夹缝中的广场舞》,《文化纵横》2015年第2期。

②⑨由于文化知识精英的话语垄断与价值重构,让“杀马特”从“smart”翻译成中文后,变成为反义词。如今流行的“杀马特”,几乎都是作为审丑狂欢下的贬义词而存在。在人们的眼中,“杀马特”们是这样一群体:留着怪异发型,穿着夸张,佩戴古怪,浓妆艳抹,气质诡异,来自农村或城乡结合部的“90后”青年。

②⑫《习近平谈文艺:单纯感官娱乐不等于精神快乐》,2014年10月16日, <http://www.chinanews.com/cul/2014/10-16/6686473.shtml>, 2020年1月20日。

责任编辑 王敬尧

The Change of Mass Entertainment Habits in Contemporary China

Wu Licai Xie Shengli

(School of Sociology and Political Science, Anhui University, Hefei 230601)

Abstract: This paper examines the changes in mass entertainment habits in contemporary China since the reform and opening up. During the period of collectivization, people's recreational life was replaced by various political movements, political studies and political propaganda. After the reform and opening up, although people's entertainment life gradually faded away from a strong politicized color, it still changes with the changes of the state system and policies. In China, there has always been no entertainment habits in the pure sense. People's entertainment habits are either implicitly or explicitly influenced by the political and social systems. By examining the changes of mass entertainment habits in contemporary China, we can also reflect on the characteristics of Chinese politics and society. In this sense, the public entertainment habit is both metaphor and representation of the political and social systems of a certain period.

Key words: entertainment habits; institutions; contemporary China