

当代文化帝国主义的新特征及批判

张小平

【内容提要】在当代经济全球化深入扩展以及信息技术革命大发展的情况下，作为后殖民范式主要代表的文化帝国主义具有了新特征，而其给全球带来的文化危机必须引起我们高度警惕。当代文化帝国主义新特征主要表现在四个方面，即输出型文化产业体系的建立、文化输出的大众化与意识形态输出的隐蔽性、“网络文化帝国主义”的形成、固守“西方文明优越论”及文明冲突论思维。当代文化帝国主义所引发的文化危机体现在三个方面：一是破坏世界文明的多样性，二是威胁各民族国家的文化认同和文化主权，三是阻碍人类精神文明进步，将人类引向物质主义与享乐主义。面对这种情况，我们不仅要立足于民族国家自身并借助最新的信息技术手段进行分析批判，而且要联合其他国家，抵御全球性的文化帝国主义。

【关键词】文化帝国主义 文化输出 大众文化 互联网媒介

作者简介：张小平（1964-），中国社会科学院马克思主义研究院研究员（北京 100732）。

“文化帝国主义”作为一个理论概念兴起于20世纪60年代，用于指称第二次世界大战结束后以文化作为核心手段或目的的新型殖民形式。与其相似或相关的概念还包括文化霸权、后殖民主义、文化殖民、文化全球化等，它们的侧重点虽各有不同，但本质上具有共性，都突出了文化在对外扩张和殖民中的作用。它们利用先进的科学技术大力拓展和占领世界文化市场，以一种隐蔽性的但更具欺骗性的方式企图延续帝国主义在经济上和政治上的全球统治。第二次世界大战后民族独立解放热潮交织着超级大国之间的意识形态之争，使得文化帝国主义成为理解国际政治关系的一个重要理论视角。因此，自20世纪60年代文化帝国主义理论兴起，至70年代达到高潮，出现了一批著名理论建构者，如赫伯特·席勒、萨义德、汤林森、福山以及亨廷顿等，他们或从哲学、社会学、政治学、传播学以及语言学等角度，或凭借语言学的话语分析、数据统计、对比研究等方法，界定和发展了文化帝国主义理论。在理论层面上，文化帝国主义表现为文化交流过程中的不对称性和不平等的结构，也就是说，在两个文化体中存在控制与被控制、支配与被支配的关系，这种关系在本质上是一种帝国主义或殖民主义，与19世纪存在的旧的帝国殖民体系没有本质区别，只是它们此时的载体不再是政治或军事，而是文化。作为“文化帝国主义”术语首创者的席勒在《传播与文化支配》一书中也强调了这一特征，认为文化帝国主义是一种“过程”，通过它“一个社会被吸收进现代世界体系之中，而该社会的统治阶层或是被吸引，或是被强制，或是被贿赂，而使自身的社会体制适应于或是有利于该体系支配性中心的价值观念和社会结构”^①。也就是说，文化帝国主义造就的依然

^① Herbert I. Schiller, *Communication and Cultural Domination*, New York: International Arts and Sciences Press, 1976, p. 9.

是一种不平等的等级隶属关系。在当代,尤其是冷战结束的情况下,文化帝国主义主要指美国的文化霸权。法兰克福学派的代表人物以“批判理论”精神对西方文化的反思把许多学者的目光引向对现代美国消费社会及其对外部社会影响的关注,文化帝国主义话语便是在这种大背景下出现的^①。可以说,在具体的实践层面,文化帝国主义与“美国霸权”的概念基本是重合的。因此,在对当代文化帝国主义的新特征及其所引起的文化危机的研究中,美国成为主要的分析对象。

需要强调的是,在当今社会中,文化帝国主义是一种“活着的”和“未被终结的”理论,迄今仍处于“未成的状态”。因此,我们有必要采取一种动态的、发展的眼光来看待它,尤其进入21世纪之后,在经济全球化深入扩展以及信息技术革命大发展的情况下,文化帝国主义有了新的表现形式,而它带给全球的影响也需要我们进一步反思和批判。

一、当代文化帝国主义的新特征

马克思关于经济基础与上层建筑相互关系的理论始终是我们理解社会发展的钥匙,在探讨全球文化的问题上亦是如此。当今社会的两大特征就是信息科技化与经济全球化,它们代表着人类最新的生产力与生产关系的发展状况,也自然构成全球文化层面的文化帝国主义赖以生存和发展的基础。文化帝国主义的当代特征主要表现在以下四个方面。

1. 输出型文化产业体系的建立

如果说文化帝国主义在20世纪中叶之前还是某种偶发的殖民现象,但经过冷战,到20世纪末已经进入较为成熟的阶段。例如,作为文化输出国或主导方的美国,已建立起一套完备的输出型文化产业体系,从理论层面到实践层面为其文化霸权做好了准备。

首先,文化输出已成为美国文化产业发展的核心目标。不论在官方的政府建议、报告以及法规中,还是主流的政治话语和媒体评论中,文化产业服务于文化霸权的目的都非常明确。早在2000年,美国三个最具影响力的智库联合发布了一份名为《美国国家利益》的报告,该报告将文化输出看作美国的“重要利益”,因此强烈要求美国“在全球信息传播中保持领先地位,确保美国价值观继续积极地影响其他国家的文化”^②。“9·11”事件之后,文化与意识形态输出被置于更加关键的地位,成为美国确保国家安全以及建立全球霸权的核心方式,形成了一个以美国国务次卿及其下属部门为领导的庞大的外宣机构,分管公共外交和公共事务。此外,一系列的法规和政策也陆续出台,它们或者来自政府的实践经验,或者来自民间智库的研究与建议。由于美国没有专门的文化部,这些政策多以法律法规为载体,并且散布到政治、经济、外交等其他各个部门中,它们数量庞大、内容繁杂、严谨细致,充分保证了美国的文化扩张原则在全世界各地得到推行。总体来看,美国的文化输出从战略到战术,都已相当完备。

其次,美国的文化产业几乎完全实现了商品化和市场化运作,借助经济全球化推行其文化霸权。在经济全球化的语境下,有学者提出了美国文化输出的“自由市场范式”,认为“美国文化产品之所以在全球受欢迎,乃是自由市场规律决定,而并非‘受到意识形态动机的影响’”^③。我们认为,

① 参见王晓德:《“文化帝国主义”命题源流考》,《学海》2009年第2期。

② “America's National Interests, July 2000”, <https://www.belfercenter.org/sites/default/files/files/publication/amernatinter.pdf>.

③ 转引自肖华锋、邓晓伟:《从“文化帝国主义”看美国的文化扩张》,《江西师范大学学报》(哲学社会科学版)2006年第1期。

这一观点是一种误导。事实上，“自由市场”与“意识形态”并不是完全独立的两个概念，自由市场在某种程度上也可以成为意识形态的受力者或者载体；关于文化产业的“商品化属性”与“文化帝国主义”的关系，可以说，前者构成后者得以实现的重要媒介。文化产品是一种特殊的商品，其自身不仅附带使用价值，而且还附带文化价值，因此，消费者对它的使用也往往意味着对一种价值观、审美与生活方式的了解和认同，这里所消费的不仅仅是商品本身，还包括它所附带的文化符号。正因如此，敏感而警惕的法国人将美国快餐文化的风靡称为“可口可乐殖民主义”，并声称“可口可乐成为美国大众文化全球传递中放荡不羁本性的象征”^①。

再次，美国的文化制造业构成其文化霸权的基础。美国的文化产业不仅在输出文化产品上具有一套成熟的体制，而且在制造文化产品上也有一套相当完善的方法和机制。这并不是文化创新，在这里，文化产品被当作一种工业品源源不断地以标准模式制造出来，以满足人们的文化心理需求。文化不是作为独特的精神创造，而是如好莱坞电影工厂，“存在着一连串类似的环节，它们彼此标准化地运作，然后一部部看起来充满不同文化元素的产品就被生产出来了。不仅如此，更为重要的是，所有这些产品都渗透着一种标准化的意识形态因素”^②。美国是文化制造业大国，这些文化工业品不仅深深烙着美国印记，而且非常简单、通俗和易于接受，它们成为美国推行其意识形态和生活方式的最为隐蔽和有效的手段。美国的文化制造业主要由大型跨国公司控股，由于奉行新自由主义的经济理念，美国政府对于商品和市场运作并不做直接干预，所以跨国公司成为市场经济的主力。相应地，在推行文化帝国主义方面，跨地域、民族和国家的大型公司也发挥着举足轻重的作用。席勒认为，美国19世纪传统的地缘政治帝国主义在20世纪已经被一个工业—电子联合体所取代，这个联合体有着极强的扩张性，依靠强大的技术传播能力在全球进行文化操纵和文化渗透，它在空间和意识形态两个方面加强了美国的单极霸权^③。还有学者进一步指出：“文化同步化的过程与资本主义的扩散，两者自有关联……‘当代文化同步化的主要代理人，主要是大多来自美国的跨国公司，它们设计了模拟全球的投资计划与营销策略。’”^④

可以看出，美国的文化霸权具有非常强大的社会经济基础，政府与大型跨国公司联手创建了一个完善的输出型文化产业体系，通过政策制定、工业化的生产以及市场化营销等一系列环节企图维持美国文化帝国主义的全球霸权。

2. 文化输出的大众化与意识形态输出的隐蔽性

冷战结束以后，美国文化输出的大众化以及隐蔽性特征愈益加强，这意味着文化帝国主义在更大范围内、更深层次上得到发展。早前的文化输出由于受经济技术条件的限制，其对象主要定位在精英阶层上，在当地培养一群西方世界的代言人，由他们来充当西方人与本地人之间的中介，以他们作为媒介来实现文化扩张。这种文化输出模式当前依然在延续，精英阶层仍是意识形态输出的主要对象。例如，冷战期间，美国积极支持国际学术交流与留学计划，其目的之一就是希望通过知识精英群体来实现美国的政治和文化影响。2013年美国开始实施“东南亚青年领袖计划”，内容包括美国的教育及文化交流、地区交流和种子基金等，宣传口号是加强亚洲地区青年人的领导能力，但实际上，这一政策是为了培养拥抱美国价值观的精英阶层，由他们协助美国人最终实现美国在亚太

① 转引自肖华锋、邓晓伟：《从“文化帝国主义”看美国的文化扩张》，《江西师范大学学报》（哲学社会科学版）2006年第1期。

② 孙斌、张艳芬：《全球化语境下的文化帝国主义——从詹明信文化理论出发的一个考察》，《当代国外马克思主义评论》2009年。

③ 参见〔美〕赫伯特·席勒：《大众传播与美利坚帝国》，刘晓红译，上海：上海译文出版社，2006年。

④ 〔英〕汤林森：《文化帝国主义》，冯建三译，上海：上海人民出版社，1999年，第215页。

地区的再平衡利益。尽管这种文化输出模式仍在发挥作用，但是，随着20世纪经济与科技的进步，以及美国大众文化的传播，大众群体开始逐渐取代精英群体成为文化输出的直接对象，也就是说，文化传播不再仅仅通过精英群体来实现，而是直接作用在输入国的民众身上，通过文化产品来改变他们的生活习惯进而改变他们的思维方式。这种“大众化的”“向下的”或“直接的”文化输出成为当代文化帝国主义的一个重要特征，并且这一趋势在不断加深。

确立大众化的文化输出模式需要一定的前提条件。首先，生产力与经济发展赋予大众一定的时间来进行娱乐休闲活动、从事文化生活，并且也使大众具备一定的消费能力来购买相应的文化产品。这是大众文化在20世纪兴起的根本原因，而早前的社会只能允许部分上层人士或文化精英来生产和消费文化产品。其次，技术革命带来的文化传播媒介的进步，尤其是电子媒介的出现，使得文化输出变得更为快速和有效，并且几乎毫无障碍，正因如此，现代的电子互联网媒介又被称为“大众媒介”。再次，大众文化本身的属性也使它易于传播并且易于被接受。有学者谈到，大众文化就是一种廉价而通俗的消费文化，也是一种具有规模性和散播性的流行文化^①，这种属性在很大程度上决定了“大众”成为它的传播对象。

美国是当今世界大众文化传播的主要发源地。大众文化的输出实际上主要指美国文化的扩张，并且随着这一趋势的持续发展，美国的文化霸权及其所带来的全球威胁将更加严重。在美国诸多大众文化产品中，报纸、广播、新闻、电视等媒介产品最具影响力。汤林森一度将媒介产品视为是文化帝国主义的核心载体，甚至在某种程度上将文化帝国主义直接定义为“媒介帝国主义”。而在各种媒介产品中，最具竞争力和最受瞩目的无疑是好莱坞的影视产品，它不仅是美国文化的标志，也是输出美国价值观和生活方式的最有效渠道。好莱坞的急剧扩张与美国文化霸权之间有着不言而喻的密切联系。电影是大众娱乐休闲的一种方式，它往往潜移默化地影响着大众的人生价值观。好莱坞电影承载着美国的价值理念与意识形态，并将这种理念传递给它的观众。20世纪福克斯公司的一位制片人曾不无自豪地谈道，“没有其他方式可以在向人们灌输自由的生活方式、激励人们对自由的欲望与对美好前程的憧憬方面，比电影所发挥的作用更大”^②。可以说，好莱坞电影是美国进行文化输出和价值观传播最有力的武器之一。

不仅如此，大众文化的多元性和娱乐性特征增加了美国文化帝国主义行为的隐蔽性。多元化使得消费者产生一种自由选择的感觉，他会认为在不同类型的文化产品之间进行挑选是个人自由意志的体现。面对多元的文化产品，接受者往往很难感受到接受过程中的意识形态入侵，反而认为这是基于自己的主动选择，而非被动灌输，因此心甘情愿地接受输出国的价值观念以及生活方式；而娱乐性则转移和分散了人们的注意力，降低了人们对外来文化和意识形态的抵触与反抗心理。例如，人们将观看好莱坞电影看作一种轻松娱乐的休闲活动，主观意识到的主要是电影的娱乐信息，包括故事情节、审美、情绪调动等，几乎很少有人将其与严肃的政治价值理念联系起来。但事实是，价值观的内容构成整个影片逻辑的一种隐性支撑，观看者就在一种“集体无意识”的状态下接受甚至喜欢上了影片中的价值判断。

不仅大众文化本身的特性加强了它在输出方面的隐蔽性，而且随着技术手段的成熟，大众文化得到越来越良好的“包装”，这掩盖了旧有的赤裸裸的强制买卖，加强了美国大众文化所具有的吸引力，进一步方便了其意识形态的顺利输出。正是在这个意义上，詹明信批判了大众文化的多元化

① 参见肖华锋、邓晓伟：《从“文化帝国主义”看美国的文化扩张》，《江西师范大学学报》（哲学社会科学版）2006年第1期。

② [美]唐纳德·怀特：《美国的兴盛与衰落》，徐朝友、胡雨谭译，南京：江苏人民出版社，2001年，第323页。

所具有的虚伪性，即通过对大众文化所做出的“个性化”包装，让人们误以为自己所购买的文化商品是独特的、本土的和小众的。这是“把帝国主义和统治的现象与商品化结构更为复杂地联系在一起，把从前较为公开和明显的暴力转变为精巧微妙和形而上的复杂物”^①。因此，当代文化帝国主义带上了一个更为精致和美丽的面具，它更难被识别，也更容易达成目的。而对于其他国家来讲，所面临的危险以及所要抵抗的难度系数都在加大。

3. 网络文化帝国主义的形成

美国大众文化的迅猛传播在很大程度上得益于全球互联网的建立和发展，互联网成为美国推行其文化霸权的主要平台。互联网比以往的任何一种媒介都要强大，它使文化传播的两端都不再受限，几乎所有的文化产品都可以通过互联网来传播，同时也可以通过互联网将文化产品传播到任何地方和任何人。互联网的兴起也再次凸显了汤林森的“媒介帝国主义”的定义，互联网作为一种媒介比传统的任何其他媒介在推动文化帝国主义方面都发挥出更大作用。在1995年哈佛大学召开的全球国际互联网学术研讨会上，有人就指出了互联网与文化帝国主义之间的密切联系，甚至用“网络文化帝国主义”来描述这种现象。从现今互联网的发展状况以及美国文化的流行程度来看，这一认识基本是准确的，互联网已成为当代文化帝国主义的核心媒介。

网络文化帝国主义的形成主要得益于互联网媒介本身自由、开放的特性。互联网极大地减少了信息传播的限制和障碍，打破了传统媒介中的时间和空间限制，任何国家、区域或群体的权威机构都很难完全阻塞或封闭互联网的信息流通。高速、高效与实时性也是互联网的一大特点，它往往能起到立竿见影的效果，这是传统媒体如报刊、书籍所不能比拟的。此外，互联网的传输方式非常多样化，用户可以通过文字、声音、图像、视频等方式来获取信息，因此也比传统媒体更加有吸引力。可以说，发展至今的互联网已成为现代人生活中必不可少的部分。可能很多站在美国立场的人 would 认为，互联网是一个中性的媒介，这些特点只附属于互联网本身，并不应该用意识形态来衡量它。但问题在于，任何科学技术本身都不是一个单独存在的概念，人要将自己的属性加于其上，因此，作为工具的科技往往会体现出人的社会属性的内涵，如价值观、伦理观等。著名的国际传播学学者H·莫拉那曾直言不讳地指出：“实际上，认为信息及其传播在文化层面上是中性的，是我们这个时代最大的神话。”^② 互联网的自由性、开放性、高速性和多样性都成为其推动文化帝国主义全球扩张的重要力量。

在当前国际社会中，对“网络帝国主义”的批判矛头直指美国，因为美国在互联网领域占据霸权地位，并将网络作为推广其国家意志的核心武器。美国是互联网的创立者和主导者，在电脑硬件和软件市场上占据优势地位，拥有全球最多的网络运营商、网络信息提供商等，在服务于全球网络的13台根服务器中，有9台来自美国。另外，在网络标准和运营规则制定方面，美国也拥有国际话语权优势。2019年，由于华为研发的5G技术处于全球领先地位，挑战了以美国为代表的西方网络信息技术霸权，美国不惜破坏国际商业自由运行规则，动用国家机器，以举国之力，乃至借用全球外交资源，对华为进行全方位的不公平不合理的打压，尽显了美国网络帝国主义的真实面目。

通过互联网媒介，美国实现的是对全球信息资源的垄断，进而在信息层面上构建出一种新帝国，也有学者将其称之为“信息帝国主义”。美国对全球尤其是中国进行秘密监听，每天收集世界各地近50亿条移动电话纪录；秘密侵入雅虎、谷歌在各国数据中心之间的主要通信网络，窃取了数以亿计的用户信息；多年来一直监控手机应用程序，抓取个人数据；针对中国进行大规模网络进攻，并

① [美] 弗雷德里克·詹明信：《马克思主义：后冷战时代的思索》，张京媛译，香港：牛津大学出版社，1994年，第17页。

② Hamid Mowlana, *Global Communication in Transition: the End of Diversity?* California: Sage Publications, 1996, p. 179.

把中国领导人和华为公司列为目标^①。众所周知，全球的数据库和电子邮件绝大部分都归美国所有，Facebook 拥有全球最多的注册用户，谷歌更是几乎覆盖到全球的数据搜索引擎。伴随着智能手机的发展，尤其是苹果手机的风靡，美国信息垄断的程度在愈益加深。美国在信息领域的霸权不仅表现为对信息资源及其媒介的获取和掌控上，而且也表现在对信息本身的形塑和制造上。也就是说，美国是全球信息的最主要的来源和制造者，其比例可以占到全部信息总量的80%—90%。而这些源于美国的信息自然裹挟着美国的价值观和生活方式，成为美国意识形态对外扩张最重要的媒介之一。美国著名的国际关系学家罗斯科普夫就很明确地说，“美国是世界唯一仅存的军事霸权国，也是世界唯一仅存的信息霸权国。美国应利用信息时代的工具，向全世界推行其价值观”^②。面对目前美国在信息领域的霸权，世界上绝大部分国家都很难实现真正的信息独立，在信息安全方面正遭受巨大威胁。

美国在互联网领域的霸权产生两个显著的后果：第一，导致大众文化的泛滥。这既是“网络文化帝国主义”的一种表现，也是其所产生的一个结果。第二，互联网加速了英语的普及与扩张。这种情况已引起很多人的警觉，因为随着互联网的继续发展，这种趋势将愈演愈烈。美国语言学会濒危语言委员会主席克劳赫斯特指出：“语言正以惊人的速度消失，几乎每两个星期就有一种语言消失。在弱小民族语言不断消失的同时，英语尤其是美国英语却成了互联网和国际关系中的通用语言。”^③可以说，英语借助互联网这个媒介在加速扩展，挤压甚至完全占据了其他语言的发展空间。语言是文化的载体，伴随着英语普及而来的是美国文化的扩张，这也意味着目前以及未来很长的时间内，互联网还是文化霸权与反霸权的主战场。

4. 固守“西方文明优越论”及“文明冲突论”思维

21世纪以来，伴随着以中国为代表的新型经济体的崛起，国际经济、政治日益向着多极、多元和多样化的趋势发展，从而改变了全球地缘政治的版图，挑战了自冷战结束后美国单极一元的全球霸主地位，美国一些政治精英陆续抛出各种形式的“中国威胁论”，人为制造“修昔底德陷阱”，与中国所倡导的以促进世界各国共同发展、不同文明交流互鉴为核心的“人类命运共同体”理念相对立。固守“西方文明优越论”及“文明冲突论”思维，用西方标尺衡量世界，是文化帝国主义在当前国际格局中的新特征。

美国的意识形态深受“文明冲突论”影响。“文明冲突论”的提出者塞缪尔·亨廷顿认为，文明冲突不仅会发生在西方文明与伊斯兰教之间，也会发生在西方文明与东方儒家文明之间。特朗普政府执政两年多来，奉行“美国第一”政策，在国际关系领域推行唯美国独尊的单边主义举措，陆续退出了包括联合国教科文组织、联合国人权理事会在内的一系列国际组织和协议，出台针对伊斯兰国家的旅行禁令，阻止难民进入美国和建造边境墙，大肆推行贸易保护主义并与多国发动贸易战，在国际上散布和默许种族主义和宗教歧视言论，掀起了逆全球化风潮。这不仅严重损害了美国在国际上尤其在发展中国家的信誉，也让世界人民更加看清了美国在国际上长期扮演的所谓“普世价值”与“人权”卫道士的文化帝国主义者本质。

2017年12月美国《国际安全战略报告》将中国定位为美国的“首要战略竞争者”。2018年2月，美国联邦调查局局长克里斯托弗·雷公开声称：“我们正在努力做的一件事就是把中国的威胁看作不仅仅是中国政府对我们的威胁，而是整个中国社会对我们的威胁。”2018年10月美国副总统

① 互联网新闻研究中心：《美国全球监听行动纪录》，http://www.cac.gov.cn/2014-05/27/c_126551602.htm。

② 沈国明、朱敏彦主编：《国外社会科学前沿2000》，上海：上海社会科学院出版社，2000年，第78页。

③ 王怀诗：《网络文化帝国主义：起源、表现及其伦理影响》，《图书与情报》2006年第6期。

彭斯发表了“美中两国恢复关系 40 年来最强硬的讲话”，将中国置于敌对者的地位^①。2019 年 4 月，美国国务院政策规划司主任斯金纳在华盛顿安全论坛上称，美国与中国的竞争是“不同的文明和不同的意识形态之间的争斗”^②，接着美国《华盛顿观察家报》网站刊载题为《美国国务院为美中文明冲突做准备》的文章，称美国国务卿迈克·蓬佩奥的团队正基于“与一个完全不同的文明作战”的理念制定对华战略^③。美国目前对中国的敌对性、歧视性、压制性的遏制措施，已经远远超出了经贸冲突的范畴，是赤裸裸的“不同意识形态的斗争”，充分反映出美国政治精英固守冷战思维和“文明冲突论”思维，依然是“西方文明优越论”与“文化霸权”的老调重弹，将东方文明与西方文明对立起来，从而将世界拉回到文化与意识形态的对抗局面，拒绝面对全球文明从一元单极走向多元对话的历史趋势，企图继续维持美国在全球的文化霸权。

二、当代文化帝国主义批判

综合之前学者的研究以及当前国际社会新动向，笔者认为对文化帝国主义的批判性反思可以在以下三个维度展开。

首先，文化帝国主义破坏了文化生态环境的多样性。尽管 2001 年联合国教科文组织以 148 票通过了《世界文化多样性宣言》，表明了国际社会维护不同文化传统以及文化独立性的决心，但事实上，在美国大众文化通过网络媒介席卷全球的浪潮中，区域性的传统文化受到严重冲击，很多文化传统就此湮灭、消失，文化种类的丰富性、生动性以及互动性被破坏，世界文明越来越朝着同质化、单一化的方向发展。美国学者彼得·伍德曼对现今亚马逊丛林土著部落的考察发现，美国的生活方式在此备受年轻人推崇，他们已放弃了祖先的风俗和部落的习惯，传统文化在与美式文化交锋中已完全溃败^④。不仅如此，美国的文化大工业正使得这种文化同质化向着更深层次发展，表现为以一种更隐蔽的方式取代文化的核心，保留它的形式。作为当代人，我们已充分意识到自然生态环境遭到破坏所带来的危害，但对于文化生态环境正面临的危机还没有足够的重视。真正的文化创新正是基于多元文化间的交流与互动，而文化的单一化无疑是对创新的一种伤害。

当今世界已形成政治多极化、经济全球化、文化多样化格局，不断增强的文化多样性趋势，使各民族的文化不断彰显的同时，“西方文化优越论”日趋走向衰落。希望借助军事、经济、科技等硬实力，思想、文化、意识形态等软实力，以及意识形态斗争等方式继续维持世界霸权，是与当今历史趋势相违背的。美国作为世界大国，以军事或经济硬实力制造各种军事和贸易摩擦，以文化等软实力单边输出其价值观，以综合软、硬实力之巧实力维护其霸权地位，有违人类之文明进步。美国政府肆意把中美贸易摩擦扩大到文化、教育、政治等多个领域，走赤裸裸的霸凌主义道路，从思想根源上暴露了其文化帝国主义的本质，体现出维护其文化霸权、全面遏制中国崛起的真实企图。习近平主席在亚洲文明对话大会上的主旨演讲中指出：“每一种文明都扎根于自己的生存土壤，凝聚着一个国家、一个民族的非凡智慧和精神追求，都有自己存在的价值。人类只有肤色语言之别，

① 参见《美国副总统彭斯就美国政府的对华政策问题发表演说》，https://chineseradioseattle.com/2018/10/04/us_vp_pence_china_talk/amp/。

② 参见《2019 年 5 月 6 日外交部发言人耿爽主持例行记者会》，https://www.fmprc.gov.cn/web/fyrbt_673021/t1661103.shtml。

③ 参见《美国国务院研究应对“中美文明冲突”》，《参考消息》2019 年 5 月 3 日。

④ 参见王晓德：《美国“文化帝国主义”与拉丁美洲》，《拉丁美洲研究》2008 年第 1 期。

文明只有姹紫嫣红之别，但绝无高低优劣之分。认为自己的人种和文明高人一等，执意改造甚至取代其他文明，在认识上是愚蠢的，在做法上是灾难性的！如果人类文明变得只有一个色调、一个模式了，那这个世界就太单调了，也太无趣了！我们应该秉持平等和尊重，摒弃傲慢和偏见，加深对自身文明和其他文明差异性的认知，推动不同文明交流对话、和谐共生。”^① 这表明了中国维护世界文化多样性的决心。

其次，文化帝国主义威胁各民族国家的文化认同和文化主权。文化是构成一个民族国家最核心、最本质的部分。任何一种文化如果失去其民族性，它作为一种独立的文化也就不存在了。“当一个民族失去了自己的生活方式、价值体系、传统、信仰，以及基本的人权观念，那这个民族的灵魂也就失去了，其生命就将枯萎了，作为一个独立的民族，自然也就不存在了。”^② 在后殖民时代，以美国为主导的西方国家已经不能明目张胆地侵害其他民族国家政治上的主权独立，只能采用静悄悄的文化渗透来削弱其他国家人民对本民族文化的认同。如果文化向心力不是由本民族国家来提供，而是由跨国公司所控制的文化工厂来提供，那么这个国家的文化独立和主权还能说完整吗？！拉美等一些受美国文化侵蚀的国家的社会现状就是对上述问题的注解。显而易见，这些国家在现代化过程中出现无政府或社会秩序混乱的情况与美国的文化帝国主义之间有着不可分割的联系。亨廷顿认为，非欧美国家在现代化道路上的全盘西化会产生一种“文化精神分裂症”，患有这种症状的国家将会使自己变得“无所适从”。而进一步探究病因，亨廷顿认为上述问题是由于割裂了传统与现代的联系，造成了民族国家在文化认同上的失败，他说：“当传统纽带和社会关系断裂时，现代化便造成了异化感和反常感，并导致了需要从宗教中寻求答案的认同危机。”^③ 近几十年来，拉美一些国家频繁的军事政变及所滋生的腐败和暴力正是这种失衡局面的表现。

再次，文化帝国主义加速了人的“异化”，阻碍人类文明的进步。美国大众文化的泛滥及其强烈的娱乐性和商业性在一定程度上消解了人的个体独立性、加速了人的“异化”、助长了社会的“反智”倾向。大众文化作为一种文化形式本身是客观的，不应对其进行简单的“好”与“坏”的价值判定，但我们可以对大众文化在某一阶段的社会功用做出评价。被誉为“美国公众的良心”的作家和文艺评论家苏珊·桑塔格从自身的经历与写作出发对美国大众文化进行了比较深刻的反思。在她人生的大部分时间内，苏珊都是大众文化的推崇者，尤其在20世纪60年代，她认为大众文化发挥了革命性和抵抗性的作用，冲击了精英文化所具有的“浅薄的道德观”。但是，到了20世纪90年代，苏珊开始持一种批判的眼光来看待大众文化。因为在她看来，大众文化的工业化和商品化已使其转变为一种“轻浮的”“缺乏严肃道德的”消费品，“当今最时髦的理论多数是那些促使人们抛弃道德责任感、艺术家之责任感及对任何事物都施以高标准等的所谓‘精英阶层’的理论。除了对机器和市场的敬畏，什么都不存在了”^④。也就是说，当前的大众文化已开始制造一种标准——物质、商品、感官享受等，它不仅消解了文化创造者应有的责任感和独立性，而且加深了接受者的“商品化”或“物化”属性，人通过文化欣赏获得的不再是精神道德上的提升，文化也因此不再是人的“精神食粮”。从哲学上来讲，这又回归到马克思所谈的人的“异化”问题，只不过这种异化是通过精神层面来实现的。

① 习近平：《深化文明交流互鉴 共建亚洲命运共同体——在亚洲文明对话大会开幕式上的主旨演讲》，北京：人民出版社，2019年，第6页。

② 于沛：《浅析经济全球化和文化多样化——兼评“文化全球化”的文化帝国主义本质》，《思想理论教育导刊》2007年第10期。

③ [美]塞缪尔·亨廷顿：《文明的冲突与世界秩序的重建》，周琪等译，北京：新华出版社，1998年，第166、68页。

④ 贝岭等：《在土星的光环下——苏珊·桑塔格纪念文选》，台北：倾向出版社，2007年，第238页。

三、应对文化帝国主义的举措

任何一个有独立文化传统的国家，面对文化帝国主义的霸权行为，都要为维护本国的文化传统、文化利益和文化安全采取积极举措，因为这是一个关系到民族国家安全、人类文明进步以及国际和平的重大问题。

第一，积极发挥民族国家在文化发展与保护方面的作用，确保文化主权不受侵害，维护世界文明多样性。民族国家是现今社会文明和文化的主要载体，因而也是抵抗文化帝国主义的主力与后盾。所以，从国家层面加强对自身文化传统的重视和保护是首要的、根本的方法。改革开放40多年来，中国对本民族传统文化的保护和弘扬已经取得了富有成效的实践经验。党的十八大以来，党和国家更加强调把维护文化安全作为国家战略的重要性，党和政府对弘扬中华优秀传统文化的强调、新时代中国特色社会主义先进文化的建设以及社会主义核心价值观的宣传和教育，无不意味着中国维护文化安全已形成系统化的战略举措。继政治和经济强国之后，我们还在朝着文化强国的道路前进。这是一种从根源上解决问题的方法。需要强调的是，民族传统文化的保护和弘扬，并不是为了故步自封和孤芳自赏，而是以海纳百川的胸怀与世界文明交流并推动世界文明进步；汲取外来文化的有益营养与抵御外来文化霸权的侵蚀并不矛盾，决不能走文化的极端民族主义道路，而应该推动传统文化与外来文化的对话和整合；承认和接受各民族文化的多样性、差异性，是对各民族文化特征的充分尊重和理解。只有在与世界各文明交流对话的过程中，架起民心相通的有效桥梁，旗帜鲜明地反对文化帝国主义，才能确保民族国家的文化独立和主权完整，为世界文化多样性以及文化生态环境的良好发展作出贡献。

第二，在全球治理和建立国际新秩序的过程中，消解文化帝国主义所构建的文化霸权。文化霸权和文化帝国主义的存在，是现存国际政治经济秩序不平等的客观反映。鉴于文化帝国主义破坏了全球文明的多样性以及阻碍了整个人类文明的进步，我们必须将它当作一个全球性问题来解决。所有发展中国家要联合起来，形成全球性地对文化帝国主义的抵抗。由此，我们又回归到马克思所倡导的抵抗范式中，“联合起来”在不同的时代有着不同的形式和内容。在当代，它要求全世界的发展中国家联合起来共同抵制文化上的帝国主义。全球治理的中国方案旨在推进经济全球化走向合作共赢、公正合理的发展模式，增强人类命运共同体意识，倡导平等、开放、合作、共享的全球治理理念，打破旧有的、不平等的国际秩序，努力寻求建立一种以平等和相互尊重为基础的新秩序。中国提出的“一带一路”倡议，秉持共商、共建、共享原则，深化互利共赢格局，为全球治理提供新思路新方案，引领经济全球化的新方向。一个公正合理的国际新秩序，必然会从根本上消解文化帝国主义所构建的文化霸权。

第三，提高网络建设的能力和水平，确保国家的网络信息安全。网络信息内含高科技的核心技术，是当代重要的战略资源，也是文化帝国主义的核心媒介。如果要抵御美国的文化霸权，那么加强对互联网的掌控能力无疑是关键性的。作为现代信息技术领域正在崛起的新兴大国，中国与美国的差距正在逐步缩小，但在网络基础设施建设、信息产业发展、网络文化产业创新、制定规则规范网络运营、互联网领域的应用等方面需要完成的任务还很多。总之，我们要加快互联网领域基础投资和创新研发来打破美国在互联网领域的既有垄断格局，实现中国互联网核心技术的自主管理与运营。文化是资源，更是产业，我们要合理有效地配置文化资源，加强高新技术与文化信息产业的有机结合。与此同时，我们也要提高网络安全防范意识，不仅在国家层面上将其作为国家安全战略的

重要组成部分，而且还要不断地宣传、教育和引导民众，使其养成注重保护网络个人隐私、网络知识产权以及国家网络安全的习惯与思维。确保网络安全是抵制文化霸权的重要内容之一，实现这一点不仅依赖于国家和政府的努力，更依赖于广大网民个人素质以及责任心的提高。

第四，推动话语创新，提升国际传播中的话语权，避免陷入西方的话语陷阱。美国文化霸权的表现形式也从“软实力”“巧实力”到“锐实力”的概念嬗变中体现出来。哈佛大学奈教授针对美国以军事“硬实力”实行“强制民主化”而提出软实力概念。利用软实力作为实现美国利益的手段或工具一度是有效的，如“民主”作为价值观的核心，通常被用作软实力向全球推广。而后，奈教授又将软实力概念发展为“巧实力”，即“以强制或支配为手段的硬实力与以吸引力为手段的软实力整合成一个成功的战略的能力”^①。试图用“巧实力”提升美国的综合国力和世界霸权。2017年，美国的智库和政治精英利用国际话语权优势，将中俄等国近年来为提升国家形象和国际影响力所做的各种努力污名为“锐实力”，按照他们的界定，所谓“锐实力”是指“威权政府通过媒体、文化、智库和学术界等渗入、渗透或穿透目标国家的政治信息环境以提升自身影响力的现象”^②。从“软实力”到“巧实力”再到“锐实力”的话语转换，包含着不对等的文化内涵以及意识形态对抗的本质。美国推行的“软实力”“巧实力”策略，以及捏造的“锐实力”概念，意在误导国际舆论，从而达到维护美国文化霸权地位的目的。为此，我们不仅要揭穿其霸权意图，还应不断推动话语创新，提升我国在国际传播中的话语权，全面加强民族文化的凝聚力和 international 竞争力，避免陷入西方的话语陷阱，确保自身文化和意识形态应有的权益。

第五，在开放包容中坚持文化主体性，增强中华民族的文化自信。文化不仅有民族性，而且也有时代性。习近平总书记多次强调文明多样性是人类社会的基本特征，我们要尊重文明多样性，推动不同文明交流对话、互学互鉴，不能唯我独尊。中国文化与外来文化交流和交融的过程，也是中国文化不断进行创新转换的过程。批判文化帝国主义和美国的文化霸权，并不意味着拒绝西方现代文明优秀成果，而是要在开放包容中坚持文化主体性。对外来文化的渗透要有忧患意识，对本民族文化要充满信心。中国的改革开放立足于中国实际、坚持中国主体性，而不是照搬西方模式，这才取得了巨大成功。新时代中国特色社会主义文化建设必须坚持马克思主义主导地位、坚持民族文化主体地位，同时也要吸收人类文明创造的一切积极成果，正如方克立先生提出要坚持“马学为魂”“中学为体”“西学为用”三者的有机结合、辩证统一^③。百年历史实践证明，在开放包容中坚持文化主体性，走中国特色社会主义文化发展道路，增强中华民族的文化自信，中华民族必定会对人类文明作出更大贡献。

参考文献：

- [1] 李慎明主编：《领导权与话语权：“颜色革命”与文化霸权》，北京：社会科学文献出版社，2016年。
- [2] [英] 约翰·B. 汤普森：《意识形态与现代文化》，高钰等译，南京：译林出版社，2019年。
- [3] [美] 爱德华·W. 萨义德：《文化与帝国主义》，李琨译，北京：三联书店，2016年。
- [4] 程恩富、吴文新主编：《马克思主义文化研究》2018年第1、2期，北京：社会科学文献出版社，2018年。
- [5] 金民卿：《改革开放是具有鲜明个性的伟大社会革命》，《马克思主义研究》2018年第11期。

（编辑：张 剑）

① 参见李怀亮、郝京清：《美国软实力政策的变化：从小布什到特朗普》，《国外理论动态》2018年第8期。

② 参见胡钰、沈沁怡：《从“锐实力”概念演变看国际传播中的话语权与话语创新》，《中国记者》2018年第4期。

③ 参见张小平、杨俊峰：《“马魂中体西用”与文化体用问题纵横谈——访中国社会科学院学部委员方克立教授》，《马克思主义研究》2017年第5期。