

談『文化與意識形態』--流行文化

葛雨純

弘文高中 體育科專任教師

摘要

流行文化是不斷流動、瞬息萬變的。隨着時代的轉變，各國風俗民情的差異，每個國家民族的文化發展都有其特色，卻是互相牽引影響的，智慧型手機的發展，讓大眾每天接收大量來自不同地方的訊息，默默形成了集體意識形態，造就『流行文化』。

流行文化的發展與社會、經濟與生活緊密相連，從流行文化中可探討社會價值觀及社會的整體變遷，雖文化是複雜而無形的，但卻與我們緊密相連，其發展過程是值得我們關注的。

關鍵詞：流行文化、意識型態

一、前言

文化是與我們生活密不可分的一部份，生活的週遭都是文化中的一部份，近年來由於科技的發達，網路媒體的普及化，由這些網路媒體的傳播，當大量傳達一個概念，且受到大多數人的接受，便漸漸成為一種趨勢，其意識形態的演變過程及為何會造成這樣的意識形態，是值得我們關注的。

流行文化的趨勢，與生活、經濟、政治及社會的變遷息息相關，網路媒體的發達，是因為我們經濟的發展，使普遍的家庭皆有網路及電視，流行文化的產生，可能隱含著社會變遷的發展因素，其過程更是需要我們去了解體會的。

二、文獻討論

(一) 文化定義：

文化是一種複雜的整體，包含了知識、信仰、藝術、道德、律法習俗，以及一個人作為社會的一份子所獲得的一切能力和習慣 (Sir E. B. taylor,1832-1917) 。

(二) 意識型態

源自十八世紀的啟蒙時代，但主要是源自馬克斯 (Marx) 和恩格斯 (Englas) 的著作，並且在廣泛的學科中，以一種相當嚴格的分析角色出現：

(表一) 意識型態定義

狄崔西 Destutt de Tracy,1754	從物質主義 (materialism) 觀點，思想是受物質的事項之刺激，觀念的形成是一種生理的，非精神的過程。意識型態與政治有著緊密關聯性。
馬克斯主義 Marxism	指社會的下層階級 (下層階級物質結構) 中，所建立起來的觀念領域，是屬於「上層階級」的思想結構。在馬克斯與恩格斯的歷史理論中，歷史的主體可粗略地分為經濟、政治和意識型態幾個環節。是每個社會整體的有機部分，社群的繼續存在便好像是有賴這環節組合，代表著不同層面事物的體系，一種社會組合的意識型態。
曼海姆 Karl Mannheim	指觀念的「社會決定因素」或「社會條件」，也是說在社會情境中思想的起源。
阿圖塞 Louis Althusser,1968	進一步以馬克思之再生產 (reproduction) 的角度分析國家機器，把國家機器視為所有階級爭奪的工具，分為：以法律、獄政、軍隊、官僚行政進行壓迫的社會控制，或從日常生活的操作如學校教育、工作規範、大眾媒體，以意識型態進行內化的社會控制等。

瓦特金斯 Frederick Watkins	隱含著黷武的、革命的和暴力的性質。大部份的意識型態是以簡單的詞句來陳述其主張，它有烏托邦色彩，通過對人類追求成功和幸福的潛力，展現出無比的信心。
英格梭 David Ingersoll	每一種意識型態都包含對現狀的評述及對未來的看法，一種特定的行動計劃（plan of action），乃刺激人們達成其所設定的烏托邦目標。
沙堅特 L.T. Sargent	視為建立在各種社會之上的價值體系（value system）。意識型態提供一種世界的圖像（picture of the world）將世界的複雜性予以組織起來，成為一種淺顯易懂的觀念。
貝爾 Terrence Ball	乃是由許多面向的組合，它探討事物內涵，提出問題並做出假設。主張不應從狹隘角度加以建構。
其他	指那種能夠激起某種政治行動的信仰、信念或神話，是一種「動員性的信仰形式」。

本研究整理，資料來源王志弘(2000：404-409)

意識型態通常被看成屬於「意識」的部份。(非馬克斯以前唯心論問題核心的稱謂) 意識型態不同於意識，其實意識型態是不自覺的、一種代表體系，大體而言是不涉及意識的。通常意識型態透過畫像表達概念，作為一種結構去加諸大多數人身上而不是透過人們的「意識」。是一種文化現象，透過潛移默化在人們之間起作用。馬克斯說「意識型態裡人們才自覺到自己在世界和歷史裡的地位」意指人和世界（包括歷史）之間「活生生」的關係是透過意識型態而發生。因此，意識型態是人和世界之間「生活」著的關係，一種不自覺而顯得有意識有自覺。人與環境之間有一種真的關係和一種活著的、想像的關係。(林淑惠、陳其澎，2002)

(三) 流行文化之定義：

流行文化（又稱普及文化、大眾文化），指在現代社會中盛行的地區上的文化。流行文化的內容主要由散播文化物品的工業，例如電影、電視、出版社等媒體塑造。流行文化並不只是大眾傳播媒介生產物的總和，而是由社會上接觸這些產物的人與傳播媒介的互動所產生的。流行文化是恆變的，並且有特定的時間和地點。一些被主流社會忽略的事物，當受到小一部分人的強烈關注後，有可能漸漸形成流行文化。但是從少數人邁向多數人的過程。(維基百科)

流行文化主要是以商業形式生產出來的文化，是閱聽人在從事消費時，自行產製的意義與實踐活動，因此，流行文化的研究也就等於是閱聽人如何運用流行文化為核心。(C. Barker, 2000)

三、 研究討論

由於網路的發達，而逐漸發展出『網路文化』，網路文化為何會興盛原因如下：

(一) 它可包容文字聲音影像，因此可以接收大部分的廣播、電視、電影、報章、雜誌

書籍的傳播工具。

- (二) 它以前所未有的速度與容量，累積、傳輸資訊。
- (三) 它以其分延、首頁人人可設、搜尋功能不斷強化的性質，使知識權力徹底分散。
- (四) 它以其對話功能，讓使用者輿論力量、參與感都大增。
- (五) 它前所未有的打散年齡、社會階層、地域、種族群體，開展全新的網路社群型態。
- (六) 透過網路遊走，它能提供的多元化、相對意見，比任何媒體都多。

而網路文化目前產生的現象有：

- 1.網路語言：透過 LINE(即時通訊系統)的連結，我們可以與遠距的朋友聯繫，透過打字來傳輸，為了節省時間而出現一些網路的語言，像是對話結束要與對方說再見，可能會運用” 886” (拜拜囉)，而” 這樣子” 則為” 降子” 。
- 2.部落格(blog)：在免費的網路空間，架設屬於個人的空間，可記載關於自己的一切，像是日記、相片，透過網路的傳遞讓每個人可以彼此分享以及交流。
- 3.youtube：這是近年來於國外架設的網站，主要以影片為主，任何個人的影片都可以分享，供大家瀏覽，業者也運用網站上的影片來舉辦活動，像是讓大家投票選擇最佳創意獎或是最佳視覺獎等。

在網路上，沒有真實的身分，網路上的身份重建，對上網者而言，多少都有著重新開始自我認定的心理意義。這種文化現象，顯示現代社會人際關係與人際疏離，它會隨著網路越來越發達，而越來越趨明顯。 當你想要交談，上網去尋找陌生人，因為越親密的人，越是容易彼此傷害，網路給了一個解決寂寞的便捷方法，而且不用在傷害與被傷害中間周旋，聊不來沒關係，換個 ID 重新再認識，網路提供抒解的同時，也提供逃避與不去面對現實的可能。

四、 結語

我認為文化是一種很主觀的直覺，而且是不需要溝通討論就可以形成的共識，包含我們生活周遭所有的事物，是生活方式與生活內容的總和，並且是被大多數人所接受的，而流行文化，是一股潮流，因為大眾的認同而形成，無論是網路文化還是媒體文化，我們容易受其傳達的意念影響，但其傳達的意念卻不一定是對的，像是同一則新聞，在不同的電視台播報，有的報導的十分的誇張，有的則是拿他與其他新聞來比較，為了增加收視率，新聞事件裡參雜了個人的角度。

流行文化是商業的製品，透過這一股風潮，將商品販賣，也是行銷的一部份，但是流行文化，與我們的生活方式及環境密不可分，但是，我們不一定要去跟隨盲從。

參考書目

羅世宏等譯（2000）。*文化研究－理論與實踐*。台北：五南

林淑惠、陳其澎（2002）。從意識型態與霸權解析歷史建築展示之研究。2002 中原大學室內設計系學術研討會。桃園縣：中原大學。

Gospel。N 世代、網路文化與後現代。2018 年 3 月 1 日，取自
http://life.fhl.net/FHL/culture/theN_1.htm

維基百科。流行文化。2018 年 3 月 1 日，取自
<http://zh.wikipedia.org/wiki/%E5%A4%A7%E7%9C%BE%E6%96%87%E5%8C%96>