



傅守祥：大众文化审美化：从纯审美到泛审美的范式转换

来源：美学研究 日期：2006年12月27日 作者：傅守祥 阅读：3002

[摘要] 作为审美泛化突出表征的大众文化审美化，立足于日常生活世界而对发生于每个人周围的各种泛审美活动加以观照，凸现了具体审美活动的文化维度及其意义，因此，日常生活或文化娱乐与审美之间相互渗透的状况是促成这种局面的根源。成熟的大众文化文本，应该是既注重日常生活的感性体验又不放弃价值理性维度的意义追求，既着意于审美愉悦的“欢乐”性解放又不舍弃神性维度的精神提升，并以此制衡生活的表面化、形象化、感观化所带来的无深度的不可承受之轻，在世俗化的文化氛围和生活化的审美环境中，跳出日趋严峻的“欲望陷阱”、“反省缺失”和“欢乐空洞”状况，实现人类真正的审美解放。

[关键词] 文化；分层剖析；大众文化；系统定位；审美文化；审美解放。

当今时代，消费主义的意识形态是当下日常生活的基础；与此相应，日常生活的意义被放大为文化的中心并被神圣化，而昔日的现代性的神圣价值则被日常化。正是源于消费时代技术的专制与市场逻辑的横行，高雅文化的至高地位和传统研究的学科视野经受到强大冲击，传统经典艺术的创造方式和审美批评理念不再适用于新兴的大众文化或者大众艺术，技术和市场在文化领域的强力介入使当今时代出现了一种明显的文化泛化与审美泛化的趋势。人的存在确实需要现代经济和技术，但又不能仅限于现代经济和技术。在日常感性得到较好满足的先进国家，对大众文化的批判显得很理直气壮；然而，在日常感性相对匮乏的中国大陆，大众文化的具体效益还是相当复杂的。因此，旅美学者鲁晓鹏提出：“无论是站在无产阶级的立场还是少数精英的位置，对大众文化的完全否定恐怕失之片面。建立一个整体的大众文化理论已是相当困难。更实际的策略是具体问题具体分析，将不同种类的大众文本区别对待。”[1]也就是说，从既有的大众文化文本[1]着手，解释和挖掘其中的各种元素，包括各种对于现存社会的逃避、批评以至乌托邦想像，是大众文化研究的一个切实可行的策略。

代表了神圣不可侵犯的文化价值规范与模铸人的思想、制约人的行为的文化力量的经典文化，之所以成为经典就在于它的权威性与传统性，但是，随着社会意识形态范式的调整，市场逻辑与消费优先的理念显现出巨大影响力和渗透性，消费时代的文化经典逐渐从单一性的、精英掌控的标准走向多元性的、动态选择的趣味。毋庸置疑，经典文化渗透着历代文化精英的思想精华，但是，久而久之又常常沉淀成某种意识形态并逐渐形成一统天下的局面，甚至发展到不允许不同的声音发言的程度；这种精英控制的等级阴谋不但损害了普通大众创造文化的积极性，更有可能扼杀人类精神生活的多样性。20世纪后期，随着文化范式的大幅调整，出现了现代人的媒体化生活和消费性艺术，它们对传统的文化等级秩序和深度追求构成巨大消解。全球化语境中的当代中国社会空前复杂地交织了多元文化因素，对经典观念的颠覆和消解成为潮流，而经典文化的失宠与随之形成的焦虑已成事实，当代文化趋向于从意识形态的等级转向世俗消费的民主、从精英掌控的标准转向动态选择的趣味；但是，肯定物质欲求的合理性与个体选择的多样性并不意味着放弃整个社会共同追求的理想，因此，树立以现代社会理性为基础、以科学民主自由为内涵的人文精神正是新世纪中国文化建设的首要课题。

大众文化借助于现代传播媒介和商业化运作机制，不仅事实上已不容置疑地成为当代文化的主潮，而且深刻地影响了人们的生活方式与闲暇活动本身，改变了当代文化的走向。大众文化的兴起，意味着当代文化从传统的文字的、印刷的时代进入了影像的、视觉的时代。以大众文化为代表的视觉文化时代的来临，意味着传统社会地域文化之间的鸿沟被填平了，文化从特殊地域中凌越出来，成为不同地域居民可以共享的文化；视觉文化时代的来临，也意味着生活与艺术的边界逐渐变得模糊，同时还使公共话语与私人话语变得界限不清。

“大众文化”的内涵和外延却具有明显的时代特色，经历了由贬斥到褒赞、从“乌合之众”走向“大众流行”的情感变色过程，同时因其与文化产业的不解之缘而成为主导舆论吹捧的明星。艾斐先生认为：“这里所说的‘大众文化’，与传统意义上的大众文化并不具有同一的命意和内涵，而是专指在改革开放和市场经济条件下所出现的一种以现代科技为传播手段的社会型、大众化的文化形态。这种文化形态的主要特点，是具有鲜明的信息性、科技性、商业性和产业性，具有强烈的实用功利价值和娱乐消遣功能，具有批量复制和拷贝的创作生产方式，具有快速、直观、应时、随意的创作特点，具有主体参与、感官刺激、精神快餐和文化消费的都市化、市民化、泛社会化的审美追求，特别是具有与西方后现代文化及广义市场经济文化的契合性和呼应性。所有这些特点，不仅在卡通片、警匪片、摇滚乐、霹雳舞、流行歌曲、通俗小说、行为绘画、实证电视等中可以清楚地看出

来，而且在西方文化影响下和市场背景下出现的常规性的录音、录像、广播、影视、书籍、报刊等中，也同样可以看出来。”[2]有鉴于大众文化的语义复杂性，有学者在比较综合的基础上对大众文化下了一个“简要的操作性定义（不是最后的定义）”：“大众文化是以大众传播媒介（机械媒介和电子媒介）为手段、按商品市场规律去运作的、旨在使大量普通市民获得感性愉悦的日常文化形态。在这个意义上，通俗诗、报刊连载小说、畅销书、流行音乐、电视剧、电影和广告等无疑属于大众文化。”[3]认为大众文化“偏重‘感性愉悦’，它不以提供对世界的理性反思为目的，而主要倾向于创造娱乐大众的文化形式，达到‘捕获’大量受众、获取商业利润的目的，因此，感性层面上的‘快乐’成为大众文化的运作核心”[4]；并进一步指出：“大众文化所提供的感性愉悦，不是神圣的迷狂和欣悦，而是一种在人们的日常生活的环境中的日常经验和体验，它往往自觉不自觉地远离精英文化的批判性意蕴，放弃精英文化的那种‘赐予文化’的姿态，将‘生产快乐’（而不是‘生产意义’）作为主要的制作原则。”[4]对大众文化的审美风格有见仁见智的看法实属正常，但是感性层面的快乐或曰感性愉悦是大众文化产销运作的核心却成为人们的一个基本共识。

在中国大陆大众文化刚刚崛起的20世纪80年代，那时的美学主流认定：审美（包含艺术和其他审美活动）是精神性的甚至是形而上意义的，它指向一种不同于现实世界的“第二自然”，追求一种超然于日常平庸人生之上的纯粹精神体验；同时，审美活动追求无功利，既不以满足人的实际要求为目的，也不以满足人的欲望本能为归宿。可以说，这是一种传统的精英性的“纯审美”或“唯审美”观念，它强调的是审美与艺术所具有的与日常生活相对立的精神性或超验性内涵；其最适合的审美对象往往是具有强烈的终极关怀意义的、神性思考层面的经典文化或曰高雅文化。20世纪90年代中期以来，上述“纯审美”或“唯审美”观念却迅速被具有明显“泛审美”倾向的“审美文化”（aesthetic culture）话题取代[2]。

随着中国社会向市场经济的迅速转型，市场霸权主义与经济帝国主义全面渗透进社会生活的各个领域包括现代大众传媒和审美文化，在大大增加了人的生存负荷之后又为人们留出了更多的大块生活闲暇时间，于是，审美在痛苦的争吵中迅速走向产业化、商品化和日常生活化；而89年政治风波后“政治责任感冷漠综合症”造成的从理性沉思到感性愉悦的审美趣味转向，更促使审美文化走向娱乐化、欲望化和享乐化，并形成了审美与生活的全面互渗态势；物质生活水平的较大改善与政治民主化进程的一再延宕，使得普通民众更加专注于“向钱看”和生活享受，使得各种社会精英在避免与现行政治体制再次直接冲突的同时别无选择地、暂时媾和甚至沉醉于各种声色享乐和感性体验之中[3]。总之，20世纪90年代以来，在政治体制僵硬所导致的中国社会进一步自觉改造受阻的情况下，在市场逻辑的掌控和数码技术的支撑下，精英文化和高雅文化不断边缘化，而物质化和世俗化的新型消费文化——以产业化的大众文化为表征——不断扩大着自己的地盘并迅速成为事实上的社会主流文化。正是在这种情势转变中，人们越来越不满足于“纯审美”或“唯审美”，而是渴望美在生活、实用、通俗和商业的基础上展现自身，美成为日常生活本身的组成部分：一方面，以往的纯审美被泛化到文化生活的各个层面，日常生活体验成为审美的重要资源；另一方面，日常文化生活也趋向于审美化，有意无意地将审美作为自己的标准，泛审美倾向尤其明显。有学者曾就电影艺术的泛审美问题发表了这样的看法：“泛审美同时是一个双重建构的过程，电影与大众在询唤与阐释之间获得互动。泛审美是个体生命沉醉于影像的生存晕眩，是个体在世的即刻兴奋的在体状况，个体被影像挽留现在的时间里，走向个体自由德性的圆融：超越寻求意义的人生，还原在世的自我。实验电影的商业化，商业电影的风格化，传统故事的后现代包装，现代表意的传统形式，用个性化的形式讲述大众的内容，用大众化的形式表述故事的内在滋味，这是在全球化的大众文化背景下电影制造新世俗神话的美学理念和策略。”[5]所以说，从唯审美的精英文化启蒙到泛审美的大众文化狂欢，经典美学逐渐走出了以现代主义艺术为范本的审美自律的内聚模式，投入到新一轮的学科扩张与理念调整之中；当代美学的建构也逐渐走出了传统的形而上学范式，进入到新型的社会行为学范式。正是在这样的文化氛围中，审美文化取代传统审美就成为必然。

“审美文化”概念的出现，体现了对孤立地研究纯美活动或现象的不满，表现出当代审美研究的一种新诉求：立足于日常生活世界而对发生于每个人周围的各种泛审美活动加以观照，突现具体审美活动的文化维度及其意义。在这个意义上，审美文化概念可以适当普遍化，既突出地专指当前日常审美形态，也可以宽泛地把至今发生影响的传统审美形态及其成果包容进来[4]。所以，中国目前的审美文化是一个容纳多重层面并彼此形成复杂关系的结合体，它起码容纳了包括大众文化在内的五个层面的文化：一是国家主导文化，即以群体整合、秩序安定和伦理和睦等为核心的文化形态，往往代表政府及统治阶层群体的共同利益，更强调正统审美文化的教化作用；二是精英文化或曰高雅文化，代表占人口少数的人文知识界的理性沉思、社会批判和精神探索，是对知识、人自身和世界的思考，更强调正统审美文化的高雅趣味坚守和审美标准推广，所以有时又称为人文文化；三是以工业生产和现代传播为基本特征的大众文化，尤其注重满足数量众多的普通市民的日常感性愉悦需要，并获取较大的经济利润；四是民间文化，代表社会更低层的普通民众的、出于传统的、自发的而非制作的通俗趣味；五是科学文化，代表一种使信息得以大量增加的文化，使人们积累更多的知识、掌握更多的技术，突现的是一种专业化的实用精神和效率原则，并且内蕴着强烈的工具理性甚至可以达到忽视生命存在的地步。这五个层面的文化既相互独立又相互关联而且在一定条件下常常发生转换。这也是20世纪后期以审美泛化为代表的文化泛化风起云涌的结

果，所以审美文化话题的声势浩大也是情理之中的事。

对于审美文化与大众文化的密切关系，不少学者发表了近似于如上所述的看法，认为：“‘审美文化’概念，或者是指后现代文化的审美特征；或者是用来指大众文化的感性化、媚俗化特征；或者是指技术时代造成的技术文化如电话、广播、电影、电视剧、流行歌曲、MTV等娱乐文化的特征。”并进一步指出：审美文化研究决不限于传统的美学领域，“而是更加广泛地包含着诸如人的生存境遇和文化活动、当代社会的文化景观与艺术景观、当代技术与当代人审美活动的关系、物质生产与艺术生产、大众传播与艺术话语的转型等一系列问题的探索。特别是，当代审美文化研究，一方面将突出地强调对现实文化的观照、考察，强调美学研究与当代文化变革之间的内在联系；另一方面，它又总是强烈地表明着自身的价值批判立场，在批判的进程中努力捍卫自身的人文理想。这样，审美文化研究在一定意义上，可以理解为一种当代形态的批判的美学。它是一种将人、人的文化放在一个更加全面的观照位置来加以审视的理论，因而在当代社会实践中也将更加鲜明地体现出其现实的品质。”[6]这些学者重视的是对现实审美文化的观照，并用一种批判反省的眼光来对待这些当代新生事物；他们进行的是一种美学转型工作，并用一种人文精神的诗意启蒙观点来判定审美文化发展的趋势。也有学者干脆用美学范畴的“当代审美文化”概念取代社会学范畴的“大众文化”概念，提出“当代审美文化”“是指在现代商品社会应运而生的、以大众传播媒介为载体的、以现代都市大众为主要对象的文化形态，这是一种带有浓厚商业色彩的、运用现代技术手段生产出来的文化，包括流行歌曲、摇滚乐、卡拉OK、迪斯科、肥皂剧、武侠片、警匪片、明星传记、言情小说、旅行读物、时装表演、西式快餐、电子游戏、婚纱摄影、文化衫等等”[7]。

总之，正是基于以上所述的“日常生活或文化娱乐与审美之间相互渗透的状况”，在具体的审美沟通活动中，审美文化作为审美文本与审美语境的一种特殊结合而存在，代表着审美沟通在其中被影响并发生影响的惯例与传统维度：一方面，它相对于神话文化、宗教文化、语言文化、历史文化和科学文化等而可以独立存在，集中表现为艺术活动及其产品形态；另一方面，这些艺术活动和产品又遍布在人们的日常生活中，成为已经泛化了的审美活动。因此，无论是读小说、吟诗、作画、听音乐和看戏等审美娱乐生活，还是看电视广告、逛商场、美容美发、居室美化、穿自制文化衫甚至经高等日常实用活动，都涉及审美文化，那么“大众文化的审美研究”也便转换成了审美文化研究的一部分。但是，因为“审美文化”一词的外延过大、内涵较为丰富，不利于在有限篇幅内展开较为深入细致的讨论，所以，笔者就以审美文化的当代主要形态——“大众文化”——的审美研究作为问题的切入点，而将“审美文化”作为一种必备的学术视野和文化依托；并借鉴和吸收文化人类学、文化社会学、文艺美学、文化美学[4]、审美现象学等跨学科多种方法和多样成果，试图阐明大众文化的当代审美是一种以“欢乐”为核心理念、以新型技术拓展想像时空的自由体验，在价值上它走出了两千多年来的形而上学迷雾，给感性的艺术化生活以较高的地位，结束了“艺术指导生活”的等级控制及“艺术是生活的一面镜子”的庸俗社会学阐释，完成了文化与审美从单一纯粹的、神性体验的精神圣祭到多元共生的、世俗生活的日常消费的巨大转换，形成了艺术（审美）与生活（现实）的双向互动和深度沟通。媒体化生活和消费性艺术至少在可以预期的未来仍将是现代人文化生活的重要方式，况且在科技与市场的互动关系中不断注入的高新技术含量将使它变得越来越新颖怡人；同时，人们心中也出现了一种新的期望，一种既不为过去也不为现今所吓倒的决心。在这样的时代趋势中，成熟的大众文化文本应该是既注重日常生活的感性体验又不放弃价值理性维度的意义追求，既着眼于审美愉悦的“欢乐”性解放又不舍弃神性维度的精神提升，并以此制衡生活的表面化、形象化、感观化所带来的无深度的不可承受之轻，在世俗化的文化氛围和生活化的审美环境中，跳出日趋严峻的“欲望陷阱”、“反省缺失”和“欢乐空洞”状况，实现人类真正的审美解放。

人附着于既成事实，人的地理和历史视野限制着他。从宽泛的角度讲，任何关于文化的解说与阐释都是文化占有者的一种有关大众经验世界的想像的结果，而任何一部文化史就是一部大众经验的想像史。美国人类学家詹姆斯·克利福特指出：“文化，一个集体的想像，是个体自身和自由的土壤。”[8]后殖民论也普遍认为，文化是一种认同想像，这种认同想像在自我建构中具有决定性的作用。当然，从一般意义上说，关于文化的想像历来是知识精英的专利和政治精英的运营，却很少有平民知识者的发言空间和思想遗存，更遑论一般大众了。声言代表大众经验历史的知识权力和政治权利者编制的所谓“正史”和传统，往往是颂扬自己和遮蔽苦难的谎言册；反抗权力压迫和文化独裁的民间精神虽然一直涌动在古往今来无数血性士子的心中，但是公然的激烈对抗总是被打成思想异端和文化叛逆遭到镇压而被有意地湮没。时至现代，大众文化虽然主要是在数码高科技的支持和市场逻辑的畅行下崛起的，但是它却有意无意间替代了以前总被官方排挤的民间文化的一部分作用，其衍生和传播中完全有可能承袭反叛与解放的民间精神、体现一种比较彻底的民主意识和平等思想。因此，在现代启蒙还相当薄弱、封建专制思想非常顽固的中国当代社会，我们既要警惕大众文化在西方发达国家出现的弱化思想的“社会水泥”效应，更要结合中国现实、重点推动大众文化的人文化和民间化，以此完成彻底摆脱封建专制主义阴魂的艰巨任务，真正实现中国文化的现代转型。所以，当代中国文化人没有太多的理由亦步亦趋地追随早已完成现代化使命转而进入后现代社会的西方理论家的脚步；对作为新知识和新思想的西方大众文化理论我们有必要了解和掌握，但是决不要不作历史分析地照搬甚至炫耀。20世纪80年代重新起步的中国大众文化，已经为新时期的经济发展和政治祛魅作出了巨大贡献、为人性解放和破除专制默默工作着，所以我们有理由相信，在新世纪开放和民主

渐入人心的时代，由坚定执著的人文批评所制衡的中国大众文化一定会把真正的大众生存经验传达出来，成为名副其实的“大众”文化！

参考文献

- [1] 鲁晓鹏. 文化·镜像·诗学[M]. 天津：天津人民出版社，2002. 2.
- [2] 艾斐. 时代精神与文学的价值导向[M]. 太原：山西教育出版社，1999. 90.
- [3] 王一川. 文学理论讲演录[M]. 桂林：广西师范大学出版社，2004. 307.
- [4] 王一川. 美学教程[M]. 上海：复旦大学出版社，2004. 160. 159-160. 153.
- [5] 安燕. “新世俗神话”与“泛审美”[J]. 贵州民族学院学报，2004(3). 101.
- [6] 中华美学学会青年学术委员会. 编者前言[A]. 美学与文艺学研究[J]. 1994(2). 2.
- [7] 姚文放. 当代审美文化批判[M]. 济南：山东文艺出版社，1999. 3-4.
- [8] (美) 詹姆斯·克利福特. 论人类学的自我形成：康拉德与马林诺夫斯基[A]. 后殖民理论与文化批评[C]. 北京：北京大学出版社，1999. 269.

[1] 这里的文本并非单指以通俗文学为代表的文字文本；大众文化具有明显的亚品种化和跨品种化，因此即使是文学文本也仍然存在一个跨文体写作问题。这里的文本显然超越了文字文本的范畴，它包含任何一种大众文化现象和事件；因对其展开文化批评而借用雅克·德里达解构主义思想中“任何东西都是一个文本，在文本之外没有任何东西”的文本化理论将其文本化，以解析其审美意义或美学花招。在王一川先生主编的《美学教程》（详见复旦大学出版社2004年版《美学教程》的第三章“审美文本”，第58页）中甚至提出“凡是审美沟通中可以激发主体审美体验的符号形式与意义系统，无论其是语言符号还是非语言符号，都可称为审美文本”的泛化主张，因此，论者在此讨论大众文化文本的审美问题应该不是自说自话的行为。当然，这样讲并不意味着所有的大众文化文本（包括现象性文本和时间性文本）就一定内蕴审美意义、存在相当的价值理性，这正是等待审美批评加以辨析的地方。

[2] “审美文化”这一概念最早产生于西方，英国哲学家赫伯特·斯宾塞（1820—1903）是较早使用它的人之一（参见王柯平：《西方审美文化的绵延》，《浙江学刊》1998年第2期），在克拉考尔、洛文塔尔、布尔迪厄、伊格尔顿等现代西方马克思主义美学家笔下多有涉及；西方学者往往将美学的研究置于整个文化发展的序列中。中国大陆的审美文化研究在20世纪80年代后期出现，首次在严格意义上使用这一术语的是由叶朗主编、北京大学出版社1988年出版的《现代美学体系》一书，只是到了20世纪90年代中期审美文化研究才真正成为重要的学术问题、成为美学发展中的一个重要取向（参见朱存明：《情感与启蒙——20世纪中国美学精神》，西苑出版社，2000年，第292—294页）；90年代以来，较有影响的以“审美文化”命名的研究专著有：林同华的《审美文化论》（东方出版社，1992年版）、夏之放的《转型期的当代审美文化》（作家出版社，1996年版）、王德胜的《扩张与危机——当代审美文化理论及其批评话语》（中国社会科学出版社，1996年版）、周宪的《中国当代审美文化研究》（北京大学出版社，1997年版）、姚文放的《当代审美文化批判》（山东文艺出版社，1999年版）、谭桂林的《转型期中国审美文化批判》（江苏文艺出版社，2001年版）、黄力之的《中国话语：当代审美文化史论》（中央编译出版社，2001年版）等等。

[3] 在政治体制高压时代或遭受不公正的政治打击之后，中国知识分子往往从“大济苍生”大步后撤为“独善其身”，以便将其强烈的甚至可以说是本能的“国家理想”（余英时先生指出，中国传统知识分子一开始就管的是“凯撒的事”）隐忍不发，并试图在“留得青山在，不怕没柴烧”的活命哲学与“知其不可为而为之”的壮士情怀之间取得一种精神平衡，因此，他们常常将其政治良知和社会责任感寄托在游山玩水、纵情声色或古籍整理之中，譬如魏晋之际的阮籍与嵇康的纵情声色、现代文圣鲁迅的抄写古碑等等。

[4] 在西方当代理论的启示下，王岳川早些年就提出了“文化美学”概念（王岳川：《后现代美学转型与“后启蒙”价值认同》，见《美学与文艺学研究》1993年第1辑，第14页）、王一川则提出了“文化论美学”概念（王一川主编：《美学教程》，复旦大学出版社，2004年版，第10页），20世纪90年代以来许多学者都表明了近似的看法，在此基础上，“文化诗学”的概念也大行其道。

《天府新论》2006年第6期

版权声明：任何网站，媒体如欲转载本站文章，必须得到原作者及美学研究网的的许可。本站有权利和义务协助作者维护相关权益。

【 评论 】 【 推荐 】 【 打印 】 【 字体：大 中 小 】

上一篇：傅守祥：消费时代大众文化的审美悖论

下一篇：杨春时：审美主义和主体间性美学的先声——重读席勒《美育书简》

- 王鲁湘：中国画的发展与革新——谈李可染先... (3月18日)
- 寇鹏程：中国悲剧精神论 (3月11日)
- Curtis L. Carter: Hegel and Danto on the... (3月11日)
- 学术会议通知 (3月11日)
- 黄笃：艺术·问题·策划人——四... (3月11日)
- 尧小锋：中国比美国的舞台更大！——访中央... (3月11日)
- 刘承华：中国艺术的“月神”精神 (3月11日)
- 刘承华：走向主体间性的音乐美学——兼及音... (3月11日)

发表评论

点评: ▲
193710
 字数0 验证码:
 姓名: