



# 傅守祥：经典文化的焦虑：从精英掌控的标准到动态选择的趣味

来源：投稿 日期：2006年6月13日 作者：傅守祥 阅读：2022

(中国传媒大学 艺术学博士后流动站, 北京 100024)

[摘要] 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。

[关键词] 经典文化；意识形态；范式调整；精英掌控；等级；动态选择；趣味。

毫无疑问，任何一种文化都有其经典，而作为集合概念的经典文化是由无数文化经典文本组成的。“经典”一词，《现代汉语词典》释为“传统的权威性作品”，《辞海》释为“一定时代、一定的阶级认为最重要的、有指导作用的著作”。就本文而言，“经典”一般涉及三方面的含义：一指在某种文化中具有根本性或权威性的著作(scripture)；二指文学艺术方面具有权威性的典范作品(classic)；三指上述两义中内含的确认经典的标准或原则(canon)[1]。由此可见，文化经典不仅仅是以文字或其他符号形式存在的文本，更重要的是这种文本还代表了神圣不可侵犯的文化价值规范，代表了模铸人的思想、制约人的行为的文化力量。因此，对于任何一个民族、国家和时代来说，经典文化永远都是其生命的依托、精神的支撑和创新的源泉，都是其得以存续和赓延的筋络与血脉。唐朝大诗人李白曾有诗曰：“干戈不动远人服，一纸贤于百万师”；经典文化的内蕴本质虽然是一种非物化、非形态化的东西，但其巨大的作用和特殊的功能确实是无以伦比和无可旁贷的。

## 一、经典文化的变迁：经典的季节性与文化范式的调整

在经典文化的形成中，必然伴随着文化大师的崛起。《现代汉语词典》将“大师”释为“在学问或艺术上有很深的造诣，为大家所尊崇的人”；简而言之，成为大师须有两项条件：有造诣和受尊崇。于是，大师的存在便不仅是一种个体的存在，而是具有文化社会学意义的存在：他们的存在，遮蔽着他人和群体，同时也遮蔽着历史；他们是以人类代言人的身份存在的，芸芸众生死去却只有他们因其创造的文化经典留存于世而永生。文化思想的不朽与伟大，愈发使人深刻感受到个体生命的短暂与渺小。人们确立了大师的话语权的同时，也丧失了自我的话语权；当人们试图透过对大师的解读逼近原始的历史时，发现历史已经被他们垄断。文化经典阅读的越多，恐惧便越深，因为人们发现所有的思想都被表达过、所有的情感都被倾诉过；“所有的新见都不过是未被揭露的重复，所有的正确都不过是未经觉悟的谬误。我们已经失去了偏执一端向这个世界挑战的信心和勇气，我们预先就看到了那种挑战的徒劳与可笑”。当文学家面对曹雪芹和托尔斯泰，当哲学家面对庄子和尼采，当经济学家面对马克思和萨缪尔森，他们都可能染上失语病。大师活水般的思想与灵感成为经典，其经典却常在时间中风干成僵化的教条；在很长时期内，人们只能在规定的情景下按照统一的理念解读大师，以为这样可以离大师越来越近，结果却是对思想的误读或对原意的遮蔽，更形成了对权威的崇拜和对等级的驯服。因此，对大师经典的阅读效果，除了取决于原作的品质外，更取决于读者的品质，最起码不能忘记大师经典也有“季节性”变化——被某一代奉为圭臬、顶礼膜拜的，到了另一个时代很可能一钱不值。后人超越时代的困囿不断地反观大师经典，大师经典也就不再是个体化的东西了，而是杂糅了复杂的历史信息、历经了无数阐释范式的文化存在，并在时间中经历着升值/贬值的自然过程。于是，重读经典/大师就有了现实意义，人们往往能从其中更真切地领悟历史的述说、寻找到对应的力量与智慧、体会到对既往生命拥有裁判权的那份愉悦。

20世纪70年代以来的高新技术革命,开始将世界带进后工业化时代,使人类的文化生活方式发生了前所未有的新变化,文化范式大幅度调整,出现了现代人的媒体化生活和消费性艺术;学术界或根据这种新型文化与后工业社会的联系而将其称为后现代文化,或根据它的媒体及消费特性而称为媒体文化、消费文化,或根据它的主流形态而称为大众文化。由于这种新型文化建立在消解传统的文化等级秩序和深度追求基础之上,使得无经典确切说是无从确认经典成为这种新型文化的突出标志[1]。除了媒体技术因素之外,建立在现代科技发展基础之上的消费社会中无所不在的市场原则,也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进入到一个空前复杂地交织了多元文化因素的状态:前工业时代、工业时代以及后工业时代的诸多文化特性及其价值实践,在一种缺少相互间逻辑联系的过程中奇特地相互集合在一个社会的共时体系之中;中国当代文化形成了由农业文明传统、工业文明形成与后工业文化侵入所共同构成的“新文化格局”,于是当代中国便面临着来自传统与现代的多重挑战[2](pp.73-75)。在显层面上,这些多元的文化因素交错共生;在深层次上,整个社会正潜在地不知不觉地经历着并将在新世纪初继续经历一场巨大的文化变异和转型。20世纪80年代末以来,随着市场经济体制的逐步确立和发展完善,中国社会结构和文化机制开始发生重大的变革和转型。审美文化同样经历了巨大的变化,其中经典文化的失宠与对经典观念的颠覆和消解便是一个显著特点。首先,为全球性的经济和科技进步所推动、与市场经济和工具理性相伴随的解神解圣化(demythification)和祛魅化(disenchantment)相同步的大众文化的全面开花极大地挤压了作为精英文化代表的“经典”作品可能生存、生长的空间。80年代末以来大众文化发展迅猛,大众文化生活的每个角落都充斥着以娱乐为目的、以“快餐式”为特征的“三消”(消遣、消闲、消费)文化,精英文化的市场被压缩到极为狭小的空间中。所以与精英文化生死相依的“经典”文本的生存根基被抽去了,生存空间被挤压到乏人问津的角落,欣赏经典的受众圈子也日益萎缩。其次,与精英文化相伴随的“经典”观念、意识和“经典”趣味也日趋淡化。从艺术家方面看,追求创造“经典”的观念、意识日趋淡化,而自断传统脐血,无视、藐视乃至践踏传统经典的却大有人在;从受众方面看,接受、欣赏“经典”的趣味亦大为淡化,不仅文化层次相对不高的普通大众基本上被现代科技手段武装的视象文化牵着鼻子走,而且文化层次较高的青年学生在文艺欣赏上也受到视象文化的极大冲击,只求“好看”而漠视“经典”。第三,对“经典”的讽刺或颠覆多有出现。早在80年代的“崔健热”中就体现出对经典的质疑,《红旗下的蛋》中唱道:“突然的开放,实际并不突然,现在机会到了,可谁知道该干什么,红旗还在飘扬,没有固定方向,革命还在继续,老头儿还有力量。钱在空中飘荡,我们没有理想,虽然空气新鲜,可看不见更远地方,虽然机会到了,可胆量还是太小,我们的个性都是圆的,像红旗下的蛋。……”他的许多歌词如《一无所有》、《一块红布》都具有政治波普含义。而所谓“红色经典”代表的《红太阳》盒带吸引人之处不止怀旧那么简单,对庄严神圣的东西进行消解也应该是其魅力之一。90年代末对“经典”的讽刺或消解与颠覆的趋势更为明显,周星驰的《大话西游》就是一典型例证:孙悟空与白骨精、蜘蛛精势不两立、水火不容的关系在周星驰那里被演绎成至尊宝与白晶晶、紫霞缠绵悱恻的爱情纠葛,唐僧、猪八戒等也呈现出与传统经典文本截然不同的形象。此外,用现代爵士乐演绎传统经典音乐作品,以摇滚的方式重温经典老歌等等实际上都在不同程度上蕴含着对经典文化和经典观念的消解与颠覆[3]。也许是源于缺乏精神维度的商业冲动和物欲冲动,消费时代甚至要将所有曾经是神圣的一切不加选择地变成消费品和装饰品以供人消遣娱乐,形成了对于经典的后现代式的嬉戏态度。因此,尽管近些年大量类似“世纪经典”、“大师文库”的选本相继问世,却很少能够得到学界自身和大众读者的一致认可;在一个文化范式调整未曾到位的时代,盲目叛逆和反抗权威造成了道德观念之间的冲突、非正统因素对正统因素的挑衅等等。舒圣祥先生针对中学语文教科书上的名文解读,指出:《背影》中的老父亲是因为懒得走路才从铁轨爬过去;《一件小事》中的车夫是因为垂涎过路女子的美色才特意把她绊倒……这类令人哭笑不得的“另类语文”实际就是对经典的低俗化加工,是借用经典的名气追求商业炒作和市场卖点;当这种低俗和教育结合到一起时,对民族经典文化的传承和发扬来说是危险的,甚至会造成“礼崩乐坏、学绝道丧”的严重后果[4](p.8)。

经典文化之为经典就在于它的权威性与传统性,这二者其实是互为因果的。从某种意义上说,只有权威性文化才可能形成文化传统,而文化一旦形成传统也便具有了权威性。传统的本质是主体活动的延承,权威则赋予这一活动以中心价值意义。但是,经典文化的世俗化以及建立在现代科技发展基础之上的消费社会中无所不在的市场原则又导致了满足物欲、游戏人生、摒弃中心与责任价值观的生成,这是中国现代化进程中的一大障碍。需强调的是,在当代中国肯定物质欲求的合理性与个体选择的多样性,并不意味着“新文化格局”中就不存在公众共同遵守的法则,就可放弃整个社会共同追求的理想。恰恰相反,树立以现代社会理性为基础、以科学民主为内涵的人文精神正是新世纪中国文化建设的首要课题。

## 二、经典文化的焦虑:文化消费的冲击与趣味选择的多元



长期以来人们不断地被告知：灌注了意识形态或曰大师 / 精英思想的经典文化是经过相当漫长的时间、通过历史的积淀与考验才形成的，它是自然选择与文明进化的结果，是文化传统中的精华与文明的象征。其实，经典文化的形成中并没有以一贯之的客观标准，所谓的“最纯粹、最高尚”也是相对性的模糊概念；文学经典并不一定是普遍的艺术价值的体现，相反它不仅体现了特定阶段与时代的文学规范与审美理想，同时也凝聚着文化权力的斗争。经典文化失宠的意味很复杂，其经典化与解经典化的过程必然涉及文化领导权的斗争，经典的辨析与再造因此成为一个相当艰巨的文化发展课题。

在传统的文学研究中，一般认为经典是人类普遍而超越（非功利）的审美价值与道德价值的体现，具有超越历史、地域以及民族等特殊因素的普遍性与永恒性，而二战后兴起的文化研究恰恰就是要质疑经典与经典的这种所谓普遍性、永恒性、纯审美性或纯艺术性，这就是所谓的去经典化。通过非精英化和去经典化，文化研究用指向当代仍有着活力、仍在发生着的文化事件来冷落写在书页中的经过历史积淀的并有着审美价值的精英文化产品，同时通过把研究的视角指向历来被精英文化学者所不屑的大众文化甚或消费文化对经典文化产品——文学艺术实施了致命打击：它削弱了精英文化及其研究的权威性，使精英文化及其研究的领地日益萎缩，从而为文学经典的重新建构铺平了道路。文化研究更多地禀承了知识社会学的立场，认为经典以及经典的标准实际上总是具有特定的历史性、阶级性、特殊性、地方性的；文化研究视野中的文学经典问题被还原为权力问题或从权力的角度进行理解，文化研究的经典理论因此带有极大的政治性[5]（pp. 58-74）。由于文化研究的冲击，对于经典问题以及相关的文学史的撰写问题也提出了深刻的反思与质疑，特别是女性主义与后殖民主义深刻地质疑经典化过程所蕴涵的权力与不平等。女性主义者认为西方文学史设定的经典标准深刻地反映了男性中心主义，而后殖民主义者则致力于挖掘经典化过程中存在的种族歧视与西方中心主义问题。总之，文化研究以及受到文化研究影响的学者并不把经典视作是想当然的现成物，也不认为它们是普遍的、不带偏见的审美标准的体现；他们甚至根本否定存在所谓文学作品“固有的”美学价值与文学价值，认为这种价值实际上不过是带着普遍性外衣的特殊性，是以无功利性为合法化手段的功利性（用布迪厄的话说是“超功利的功利性”）。他们质询经典化过程背后的权力关系，包括所谓普遍的“审美价值”、“文学价值”的非普遍性、历史性、地方性，揭露经典化中隐藏的精英掌控的等级阴谋与意识形态标准。文化研究感兴趣的问题不是“到底什么是真正的经典？”而是“谁之经典？”、“谁之（经典）标准？”等带有解构意味的问题。同时，经典化过程不止是一个单纯的文艺事件，更是一种民族国家文化认同的建构行为。然而不可能所有的文艺作品都被神圣化为经典，那么这样一种经典化行为必然包括包含与排除（它甚至比包含还重要）的双重过程：有些民族、阶级、群体的文化（文学）被包含在经典中，而另外一些则被排除在外，剥夺了民族文化代表的资格。

中国20多年来的现代化转型已经明白无误地表明，中国进入全球化大潮流的趋势不可逆转；但在意识形态方面，中国的全球化转型可以说是步履艰难、危机四伏：革命文化霸权、红色经典被视为封建传统的现代表征而受到知识分子的无情鞭笞，红色经典的正面形象几乎完全消失；人们在现代化转型中越来越认识到革命文化霸权及其意识形态与新的政策和现实的不适应和矛盾。从80年代以来，由于大陆主流意识形态发生了巨大变化，文学经典的标准也随之变化，其中比较有代表性的两个事件是“重写文学史”与“重新排大师”。“重写文学史”虽然具体体现为对于一些作家作品的重新评价，但其核心是对于文学经典标准的修改；“重写”重点是重新评价那些原先因为“政治”原因而被抬得很高的作家（如郭沫若、茅盾、赵树理等）以及那些同样因为“政治”原因而被边缘化的作家。这个解经典化与再经典化的过程，虽然是在所谓“淡化意识形态”、“突出审美标准”的口号下提出的，但世界上不存在绝对的“审美”标准，对于“审美性 / 文学性”的强化本身也是对于民族国家文化认同的一种新的理解与想象，而且相当程度上得到了主流意识形态的认可与支持并被纳入了“思想解放”的国家话语[6]。“重新排大师”的情况同样是在突出“审美”标准的旗号下进行的一次对于经典标准的重写，其中特别引起争议的是把茅盾排挤出了十大“文学大师”的宝座而让金庸入主其中。这一方面是延续了“重写文学史”中的“淡化政治”的诉求，同时也反映了新兴的大众文化正在显示自己的力量，对精英化的经典标准提出挑战。

如果说20世纪最后20年还是“大事抓人”的话，那么进入21世纪大陆文化界则是“人在造事”——围绕市场制造话题。2004年在号称“中国最新锐的时事生活周刊”的《新周刊》上刊载了由多篇文章组成的讨论“张艺谋电影”的“保卫张艺谋”专题，封面赫然矗立着醒目标题，封面图像设计成了光芒万道式的“领袖头像”（张艺谋头像）模样，并在另一篇文章中提出了“保卫张艺谋的8大理由”[7]（pp. 18-49）。《“保卫张艺谋”》专题组文的“前言”提出：“批判张艺谋的声音在2004年达到了最大声量。面对张艺谋20年拍就的13部电影，有人说张艺谋不懂电影；面对《英雄》、《十面埋伏》创下的4亿元票房，有人说张艺谋不懂市场；面对《红高粱》、《菊豆》、《大红灯笼高高挂》和雅典奥运会的8分钟，有人说张艺谋丑化中国；面对《摇啊摇，摇到外婆桥》和《有话好好说》，有人说张艺谋不懂城市；张艺谋似乎成了中国人审美的60分标准，骂之则加分，赞之则减

分。”认为张艺谋“具有不可替代的价值：因为他代表着先进文化生产力、因为他非常中国、因为他是走向国际的主流出口、因为他是世俗审美主义者、因为他是首屈一指的创意大师、因为我们都爱‘谋女郎’、因为他尚可以被骂、因为我们还没有第二个张艺谋……只要张艺谋一天在拍新电影、在寻求自我突破，张艺谋就不会被打倒，无论那些举起的拳头是如何地看似高明和正义凛然。”毫无疑问，《“保卫张艺谋”》专题组文在试图质疑“批判张艺谋”的非理性态度、解构精英式权威的同时，基于广大受众的趣味多元化，也蕴含了制造话题和领导“酷评”时尚的媒介炒作因素。不过，对清华大学教授尹鸿先生的专访文章《对张艺谋的批评是借题发挥》和上海学者朱大可先生的文章《1981—2004：中国当代文化撒娇史》还是传达出了一些相当有见地的意见。尹鸿先生指出：“中国电影这20年，有张艺谋的存在是值得庆幸的事。他仍然比这个时代几乎所有的电影人更有创造力。绝大多数对他的批评，其实可能都是借题发挥。”并将张艺谋电影屡屡获奖的缘由归结为：“艺术的极至化，强化了美学的差异性；表达的电影化，减少了文化阅读障碍；符号的中国化，提供了艺术的陌生感。”同时，基于“即便是在最商业的电影中，一定要包含真正感动人的东西，哪怕是在一系列的商业包装下”的人文艺术理念，尹鸿先生认为张艺谋电影有个“致命的问题：对视听造型、意境、冲击力的追求，淹没了对人性的关怀和怜悯，电影几乎成为了技术奇观的奴隶。”[8]（p. 38）而朱大可先生则从肯定王朔反叛国家主义的角度，痛惜张艺谋对民族主义和国家主义的迎合甚至献媚。

毫无疑问，消费文化在当代中国正以现代化程度较高的中心城市为据点，不同程度地扩散渗透到社会各区域，显影出一幅幅参差的消费文化图景；“保卫张艺谋”其实就是一桩消费文化范畴内的典型的文化造势。另外，在都市景观中颇具代表性的消费文化图景还有：到处矗立的巨幅广告，豪华的购物休闲娱乐中心，不断推出的商业展览，精美的工业设计，媒体制造的信息和影像以及比过去拥有更多闲暇的城市居民……。英国学者迈克·费瑟斯通认为：“这一切都发生在这样的社会中，大批量的生产指向消费、闲暇和服务，同时符号商品、影像、信息等的生产也得到急速增长。”[9]（p. 31）费瑟斯通认为，消费社会最为主要的特征就是大量充斥于当代社会日常生活的符号与影像之流。这种符号之流实际出自法国社会学家波德里亚的商品—记号理论：在面向大众的商品生产运动之中，原有的“自然”使用价值消失了，从而使商品变成了索绪尔意义上的记号；因此，消费就不能理解为只是对使用价值、实物用途的消费，而应主要看作是对记号的消费。在当今的中国大陆，小至七情六欲的私人生活，大至振兴国家、民族的宏大叙事，商品已成为种种欲望、意向的载体，成为一个不稳定的漂浮的能指领域，而广告、电视、电影则传送着源源不断的影像之流；一切的此在都无声地指明：以中心城市为先遣队的当代中国开始步入消费时代[10]（pp. 48-51）。消费时代的日常生活往往打上审美的光环，艺术与日常生活的界限坍塌了，被商品包围的高雅艺术的特殊地位也消失了；艺术已经转移到了工业设计、广告和相关的符号与影像的生产工业之中。这表明高雅与低俗、精英与民众、少数与多数、有品味与无品味、艺术与生活等等所有这些垂直性划分都遭到了破坏，符号的等级开始瓦解[9]（p. 100）。在当代中国的消费文化景观中，我们常可看到种种迹象，如在购物中心回荡着世界名曲，而在一次艺术性很强的音乐会之前会有强劲的广告攻势。这既暗合了消费时代人们对日常个人生活审美呈现的潜意识需要，又满足了人们对欲望、梦想、幻觉的消费，大众的民主冲动也在此得到释放；在招引无数眼球的同时，媒体赢得了市场的成功。

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：在消费的范围內，有的人把文化当成是一种经验，有的人则把文化当成一种装饰；有的人像包法利夫人，愿意像小说中那样生活，想让自己成为小说中的人物，有的人则只想收集有特色的作品；青年人第一次读到某部作品时，从中看到了自己的影子，因而心中感到震惊，成年人则像品茗一样琢磨作品，自己却不会因此而改变，要变也是读书时想像中的变，放下书则又恢复了原样；如果我们不说在这两种人之间存在着对立的话，至少也可以说这两种人是不同的。艺术家也分成了两种人，有的是学院派的艺术家，有的则是边缘性的艺术家；有的艺术家在创造其艺术时极其巧妙地利用规则，有的则像喷发的火山能将一切规则打破甚至使其创造超出艺术的范围……

## 参考文献

- [1] 张杰：《高新技术时代经典艺术的命运》，《社会科学辑刊》，2003年第3期。
- [2] 康震、符均：《新文化格局与经典的命运》，《苏州大学学报》（哲社版），1999年第4期。
- [3] 朱立元：《“经典”观念的淡化和消解——对20世纪90年代“全球化”语境中中国审美文化的审视之二》，[www.cnki.net](http://www.cnki.net)。
- [4] 舒圣祥：《“另类语文”是对经典的亵渎》，转引自《新周刊》（中国最新锐的时事生活周刊），2004

年第23期。

[5] 陶东风：《文学经典与文化权力(上) ——文化研究视野中的文学经典问题》，《中国比较文学》2004年第3期。

[6] 陶东风：《80年代文艺学主流话语的反思》，《学习与探索》，1999年第2期。

[7] 《“保卫张艺谋”》专题组文，《新周刊》，2004年第23期。

[8] 尹鸿：《对张艺谋的批评是借题发挥》，《新周刊》，2004年第23期。

[9] (英) 迈克·费瑟斯通：《消费文化与后现代主义》，刘精明译，译林出版社，2000年。

[10] 刘岭：《当代中国消费文化的经典文本书写》，《成都师范高等专科学校学报》，2003年第3期。

载《现代传播》2006年4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：世俗化的文化：中国大众文化发展的消费性取向

下一篇：傅守祥：文化泛化中崛起的大众文化：从神性体悟到世俗消费

>> 相关新闻 全部新闻


>> 相关评论 全部评论

- 傅守祥：大众文化的现代性悖论：技术物性的... (6月13日)
- 傅守祥：文化泛化中崛起的大众文化：从神性... (6月13日)
- 傅守祥：世俗化的文化：中国大众文化发展的... (6月13日)
- 傅守祥：清寒世界里的生命热忱 (5月10日)
- 傅守祥：现代荒原上的西绪福斯 (5月10日)
- 傅守祥：女性主义视角下的广告女性形象探析 (5月9日)
- 傅守祥：经典文化的失宠：从意识形态的等级... (5月9日)
- 傅守祥：论全球化时代中国文化的现代性建构 (5月9日)

发表评论

点评：

字数0

验证码：

姓名：

管理入口 - 搜索本站 - 分类浏览 - 标题新闻 - 图片新闻 - 推荐链接 - 站点地图 - 联系方式

地址：中国·北京·海淀区中关村大街59号 Email:Aesthetics.com.cn@gmail.com

制作维护：美学研究 京ICP备05072038号