

傅守祥：审美文化视野中的大众文化审美存在与哲学批判

来源：美学研究 日期：2007年10月22日 作者：傅守祥 阅读：885

摘要：美学研究的审美文化路向与大众文化的审美化生存是当前学界的关注焦点之一。审美文化概念产生于西方，其特定历史内涵经历了从乐观主义到悲观主义的现代性视点转换，却始终未曾抛却理想原则和精英意识；译介进中国后尤其是世纪之交以来，审美文化在语义学上复杂化，发生了明显的泛化倾向和大众文化转向，社会学维度的大众文化迅速融入美学维度的审美文化，形成了具有浓厚时代意味的大众文化审美化现象。大众文化的时兴与审美化生活的时尚，有其正面价值和探索意义；然而，当今的审美化生活承诺给人们的欢乐神话与身体解放，却往往陷入娱乐透支后的身心疲乏和性感聚焦后的精神空幻，形象的欲望满足取代了文化的意义追索，消费时代日常生活的审美化内蕴着莫大的吊诡，审美正义与文化伦理成为亟待解决的现实问题。

关键词：审美文化；大众文化；审美化；美学冒险；娱乐至死；审美正义；精神超越。

一、寻根溯源：审美文化的大众文化转向

美学研究的审美文化路向与大众文化的审美化生存是当前学界的关注焦点之一。“审美文化”这一概念最早产生于西方，德国美学家席勒在1793—1795年间撰写的《美育书简》中首次出现。席勒从自己的现代性启蒙理想和美学思想体系出发，将“审美文化”列为与道德文化、政治文化相对的一种文化形态。他认为，在审美文化中，人以美的形象（席勒所谓“活的形象”）为感受对象，并以自由想象的方式与之游戏，从而使人摆脱了对自然物的实在需要，也摆脱了道德或政治原则的强制性，进入想象力对形式的自由游戏状态中。总之，席勒是把“审美文化”作为实现人类理想文化的基本途径，并认为“审美文化”将会把人类文化带入最高理想境界，这也就是席勒所谓的“审美王国”。在《美育书简》的最后，席勒清醒地申明：作为一种需要，“美的国度”存在于每个优美的心灵中；作为一种成就，它只存在于少数精英的圈子中[1]。

稍后的英国文学家阿诺德以“美的文化”学说，继承和发展了席勒式“审美文化”的理想原则与精英意识。英国哲学家赫伯特·斯宾塞（1820—1903）则把阿诺德所主张的文化正式定名为“审美文化”[2]，成为较早使用“审美文化”概念的另外一人[3]；而阿多诺、克拉考尔、洛文塔尔、布尔迪厄、伊格尔顿等当代西方马克思主义美学家，在其论著中也对“审美文化”多有涉及，只不过语义变得较为复杂了。西方学者谈“审美文化”有一个共同特点，即往往将美学的研究置于整个文化发展的序列中，其特定历史内涵虽然经历了从乐观主义到悲观主义的现代性视点转换，却始终未曾抛却理想原则和精英意识。

中国大陆学界和文化艺术界真正瞩目和重视“审美文化”这一概念，始于20世纪80年代后期金亚娜等学者对前苏联美学的译介，其语义也经历了从理想到现实、从观念到生活的语境速变：引进之初是理想主义地使用审美文化概念，把审美文化作为人类未来发展的文化乌托邦，道德清教主义意味浓郁；市场经济的影响日隆，全球化趋势日甚一日，越来越多的人倾向于泛化地使用审美文化概念，把这个始于特定内涵的概念，泛指为所有人类审美—艺术活动的总称，甚至延伸至审美化的日常生活领域；从世纪之交开始，不少人甚至明确地直接将当代“审美文化”等同于“大众文化”，使得审美文化的语义日趋复杂化，语境框定成为学术探讨和思想对话的必要前提，“审美文化”概念就像“现代性”概念一样呈现出强烈的语义自反性和巨大的思想包容性。审美文化的大众文化转向，标志着社会学维度的大众文化迅速融入美学维度的审美文化之中，形成了具有浓厚时代意味的大众文化审美化现象。

从深层次的“审美文化”研究层面上说，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，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[4]；90年代以来，较有影响的以“审美文化”命名的研究论著有：林同华著《审美文化论》（东方出版社，1992年版）、潘知常著《反美学——在阐释中理解当代审美文化》（学林出版社，1995年版）、夏之放著《转型期的当代审美文化》（作家出版社，1996年版）、王德胜著《扩张与危机——当代审美文化理论及其批评话题》（中国社会科学出版社，1996年版）、周宪著《中国当代审美文化研究》（北京大学出版社，1997年版）、聂振斌等著《艺术化生存——中西审美文化比较》（四川人民出版社，1997年版）、傅谨等著《审美文化论》（天津人民出版社，1998年版）、姚文放著《当代审美文化批判》（山东文艺出版社，1999年

版)、陈炎主编的多卷本《中国审美文化史》(山东画报出版社,2000年版)、谭桂林著《转型期中国审美文化批判》(江苏文艺出版社,2001年版)、黄力之著《中国话语:当代审美文化史论》(中央编译出版社,2001年版)、易存国著《中国审美文化》(上海人民出版社,2001年版)、陶东风著《社会转型期审美文化研究》(北京出版社,2002年版)、孔智光《中国审美文化研究》(山东文艺出版社,2002年版)、张晶主编的《论审美文化》(北京广播学院出版社,2003年版)、胡智锋著《电视审美文化》(北京广播学院出版社,2003年版)、吴中杰主编的三卷本《中国古代审美文化论》(上海古籍出版社,2003年版)、金丹元著《“后现代语境”与影视审美文化》(学林出版社,2003年版)、施旭升著《中国戏曲审美文化论》(北京广播学院出版社,2003年版)、戴清著《电视剧审美文化研究》(中国广播电视出版社,2004年版)、李衍柱主编的《当代中国审美文化研究》(山东教育出版社,2005年版)、梁一儒著《民族审美文化论》(中国传媒大学出版社,2007年版)等等。20世纪90年代以来的各种大学《美学》教材和研究论著,对“审美文化”也多有专章涉及。

20世纪80年代大陆的美学主流认定: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“泛审美”的“审美文化”(aesthetic culture)话题取代。

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20世纪90年代初“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^①。总之,20世纪90年代以来,在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。

“审美文化”概念的出现,体现了对孤立地研究纯审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,实现具体审美活动的文化维度及其意义。

对于大众文化与审美文化的密切关系,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。”^[5]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。

同时,不可否认的是,“审美文化”一词本身的外延过大、内涵太过丰富、范畴划定过于复杂,不利于在有限篇幅内展开较为深入细致的讨论,这也正是“审美文化”话题展开时不断需要界定、辨析、梳理的原因所在。

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^[6]: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商等日常实用活动,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。

显然，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，其具体表现就是大众文化崛起中蕴含的日常生活审美化的转型。笔者认为，大众文化的审美实质是一种以“欢乐”为核心理念、以新型技术拓展想像时空的自由体验；其正面意义在于，它在价值上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。

二、审美存在：大众文化的美学冒险

在全球化境遇里，人们正在经历当代“审美泛化”（aestheticization或aesthetization）的质变，它是一个包含双向运动的过程：一方面是“生活的艺术化”，特别是“日常生活审美化”的孳生和蔓延；另一方面则是“艺术的生活化”，当代艺术摘掉了头上的“光晕”（Aura），逐渐向日常生活靠近，即“审美日常生活化”。与此同时，美学面临着当代文化与前卫艺术的双重挑战，美与日常生活关联的问题被再度凸现出来。

从经典艺术美的陶冶到关注身体感觉和生理欲念的快感美学，从经典艺术的“人”之代言到当代文化的大众体验，从经典艺术的文字想像到当代文化的图像复现，从经典艺术的观念幻象到大众文化的身体喜剧，经典美学进入了自身的当代转型和现实重构。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。这场审美泛化的美学变革在保守者看来是一场地道的“美学危机”，而开明者则认为其实质是使高雅的、专门化的艺术美学日常化与普及化，其指向是走出以传统精英艺术为核心的经典美学理论的狭隘圈子、以更加适应现代文化生活泛化后的新变化、避免经典美学话语的失效和审美批评的失语甚至缺席。

审美日常化的现代变奏，促使经典美学的文化立场和理论视域作出自觉调整，美学已经逐渐突破过去那种狭隘的就美论美的框框，深入到人的各种生存活动中，以期在对当代人的生存活动的解读中强化美学介入现实的力量和提升人的精神境界的功能。毫无疑问，美学与人的生存关系成为新时期美学转型的内在根据；美学改变先前那种从某一种实体性的定点出发去确证美是否存在的抽象思辨，转而以自己特有的方式关注当代人的生存状况、追问生命的价值、探索生活的意义。生存论视角的转换，意味着美学以自身可能的方式参与当代人的生存论态度的建设，也以其对理想的深情呼唤而为人的存在架设起超越性的坐标，更好地肩负起为人类“操心”的使命。

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，突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。

大众文化审美化或曰审美泛化是一场审美日常化的变革，这次美学变革实质上就是使神圣美学世俗化、高雅艺术大众化的过程，其主要表象就是日常生活的文化化与审美化，这也是自启蒙主义思潮以来历代思想精英们渴望实现的理想。现在，这个理想表面上实现了，但是深层里却存在许多严重问题，尤其是这次变革的内在动力来源于市场资本和技术文明的控制，而非历代启蒙主义者所期待的自上而下的大众的文化自觉或曰审美自觉，启蒙现代性“自由解放”的理想预期与“人自身不断被物化和异化”现实结果之间出现了巨大反差。今天不是缺少席勒所呼吁的对“美的形象”的需要，而是这种需要已经变成了日常的消费欲望；也不是缺少阿（尔）诺德所要求的愉悦精美的文化产品，而是这些产品以现代技术才能创造的辉煌景观充斥了人们的生存空间。生活的审美化同时意味着文化艺术的商业化和人的内在性的消解，而自由也随之泛滥为无限制的消费——享乐欲望。可以说，审美文化的现实展开，不仅没有实现席勒向往的人性的完整和阿（尔）诺德所追求的对机械文明侵袭文化的抗拒，相反，是人性的日益分裂和畸形，是机械文明对文化的全面整合[7]。

正是缘于这种深层的现代性分歧，当代边缘化的思想精英们不顾自身地位的变化而不遗余力地大声疾呼，知其不可为而为之地坚持批判市场资本和技术文明对人类社会的全面的控制，揭露大众文化产销中的“迎合”与“媚俗”阴谋，抵制大众文化发展中潜藏的消费主义原则。正如老子所说：“天下皆知美之为美，斯恶已；皆知善之为善，斯不善已。”也就是说，如果人人都知道美，那么这反而成了一种恶；如果人人都了解什么是善，那么这反而成了一种不善，因为人们遗忘、忽视和掩盖了相反东西的存在。在“为胸部和下半身”写作或制作风行的时代，在像动物一样坦诚地、赤裸裸地高歌欲望和表白功利的时候，思想精英们凭借审美主义依然坚守着人性升华和精神进化的立场，反对各种形式的人类异化，并试图打动那些习以为常的大众以改变现状、防止文化恶果的出现。

完全放弃对观念和思想的执著追求而只注重制造一种身体幻象的文化定位，也许最终会使大众文化在本雅明所担心的“审美物化”中彻底丧失了其自省的可能性，这才是我们关注的焦点问题。在大众文化审美形象化和欢乐身体化的今天，大众文化语义学维度的审美思考却越来越匮乏甚至一度消失；在一个科技发达、信息泛滥的时代，娱乐至死的倾向日趋严重，审美正义的缺失日渐明朗。大众文化审美之维的内在张力需要以美学的“悲剧之思”与“神性维度”来制衡消费逻辑主导下的“欢乐空洞”与“装璜艺术”。

三、审美伦理：大众文化的哲学批判

在20世纪，人类的生存与文化的发展是危机四伏、困境重重；霸权性的理性化进程，造成对人的全面统治与异化。作为人类整体反思的一部分，大众文化批判是针对技术理性和物欲至上思潮的一种文化哲学思考与辨析；而大众文化内蕴的审美化生存，即现代人感性存在的快感体验与大众向度，又是大众文化内在活力与文化市场机制外的民间智慧的体现，“感性、愉快、当下”应该是大众文化审美品格的起点与低限而不应该是其美学终结点。

身体本位的欢乐寄托与视觉文化的经验重构是大众文化的新型审美理念与想像方式。审美的身体本位化使大众文化不像经典艺术一样迷恋观念和思想，而是致力于制造一种身体幻象，轻飘的形而下享受和身体感官的娱悦成为多数大众的文化趣味；美学的视觉转向使大众文化常常呈现为高品质、虚拟性甚至能以技术之“真”淘汰生活之“真”的影像文化，传统的以文字中介为核心的想像方式被视觉想像与技术想像所替代。人们借助大众文化带来的身体欢乐与视觉冲击实现新型的审美解放和意义创造。借助时尚文本，大众文化实践着以身体欢乐与视觉解放为审美内核的叙事策略、修辞风格与话语狂欢，其喻示的审美理念与诗学内涵都是具有划时代意义的。但是这种美学剧变连带的社会效应却尚待考察——尤其是以“审美疲劳”为表象的欲望亢奋问题以及由娱乐化导致的思考衰竭与是非泯灭等问题；总之，在一个科技发达、信息泛滥的时代，娱乐至死的倾向日趋严重，审美正义的缺失日渐明朗。世界著名的媒体文化研究者和批评家、美国教授尼尔·波兹曼在《娱乐至死》一书中曾这样郑重告诫世人：“如果一个民族分心于繁杂琐事，如果文化生活被重新定义为娱乐的周而复始，如果严肃的公众对话变成了幼稚的婴儿语言，总而言之，如果人民蜕化为被动的受众，而一切公共事务形同杂耍，那么这个民族就会发现自己危在旦夕，文化灭亡的命运就在劫难逃。”[8]

随着经济全球化的发展，以消费主义为标志的后现代文化思潮对中国当代社会的全方位浸染已是在所难免，以情感制作与“快适伦理”为表征的“后情感主义”审美趋向也日渐明朗。我们不否认大众文化的时兴与审美化生活的时尚有其正面价值和探索意义，然而，大众文化承诺给人们的欢乐神话与身体解放，却往往陷入娱乐透支后的身心疲乏和性感聚焦后的精神空幻，形象的欲望满足取代了文化的意义追索，消费时代大众文化的审美品格内蕴着莫大的吊诡。同时，大众文化的崛起使经典美学理念几近失效，新的美学原则一时之间又难以服众，尤其是大众文化以身体为依托的快感美学与快适伦理，现阶段明显缺乏伦理学维度的审美正义、背离了人类学维度的人文价值。因此，审美正义与文化伦理成为亟待解决的现实问题，超越物欲至上、技术异化与娱乐至死，解决当代技术主义、享乐主义与虚无主义的思想难题，依然有待于努力。

尽管说以传统的宗教超越性论审美是对人类审美活动的莫大误解，但是人类审美活动也绝不等同于“酒肉穿肠过”式的世俗生活。审美不是宗教意义上的超越，而是密切关注此生的超越，甚至可以说是“没有超越的超越”——表面上它对人类物质感性的超越极为有限，但其内在的精神指向却与普通的世俗生活大相径庭，是一种外在丰富同时内在充盈的诗意化生存，是一种创造性的生活。审美离不开现实人生，但它决不是“满足”与“迷恋”而是发自内心地“热爱”与“珍重”；释放、抚慰、减负、宣泄只是审美光谱中的低限，由衷的身心俱悦才

是审美的正效应。正是缘于此，审美从最高意义上说是以带给人类欢乐、自由、解放与光明为己任的，是以教人奋进有为为目标的，并合乎“天行健，君子以自强不息”的精神状态。“感性、愉快、当下”确实是审美的三个源发点，但决不会是它的归结处；在源发点与表象上，大众文化与审美有了密切的契合，但现有的大众文化文本却少有进入审美超越的最高境界的，少有使现实人生成为“不是一般意义上的此生”的，这是现有大众文化文本的最大缺憾——具备了一些审美表象性的东西甚至可以说是“审美噱头”，却缺乏审美超越的基本精神，无信仰的繁盛与无原则的喧哗成为当今大众文化时代的普遍性样态，崇高品格的匮乏与英雄人格的稀缺成为消费时代文化被金钱和功利普遍“钙化”的综合后遗症。

每个成熟的人文学者都要尽最大可能弥合审美泛化表象、欢乐想像瞬间与失落的审美批判、文化反省之间的鸿沟，将审美介入进行到底。大众文化诚然离不开直接的娱乐性，但仅有娱乐显然是远远不够的。娱乐只有当其与文化中某种更根本而深层的东西融合起来时，才富有价值。失却了审美精神与人文理想制衡的文化权利是可怕的，文化陷入经济单边主义和商业实用主义是危险的；这种可怕的背后是非人化与物化，这种危险的内里隐藏着自我的失落和意义的虚无。处于现代性悖论中的大众文化是矛盾的，也许只有赋予了“后人文理想”——有别于反对神权统治的早期西方人文主义，其立意在于抵抗当今工具理性支撑下的技术统治和资本控制，又承继了早期人文主义争“自由”的精神理念——的审美批判才能制衡其被“看不见的手”所导引的轻薄与狂嚣，并将现代高科技带来的新型审美想像力元素和文化民主化元素发掘出来，培育成型[9]。

尽管对大众文化的看法有多种多样，然而秉持这样一种开放的文化观，不断质疑大众文化现状的合法性与合理性，揭露其潜藏的物化性与意识形态性神话，引导其超越欲望渲泄造就的肉身快感及仿像审美造成的视觉晕眩，实现肉身与精神的直接统一与完美结合、展开高科技支撑的新媒介层面上的审美想像空间，已成事实的大众文化也许并非毫无前途。朱大可先生认为：“大众文化研究的目标不是要消灭这种文化，也不是要成为它的语奴，而是要利用话语的有限功能，去识读它的秘密和修正它的偏差，并重建知识分子作为警醒的批判者的历史传统。”[10]

当然，经历了后现代主义冲击的当代文化，要完整无缺地退回到经典时代是不可能的。当代文化尤其是大众文化，既不能毫无原则地一味迎合大众的趣味，也不能抱残守缺地固守已有的传统，它应该体现一种新型的“后人文立场”：在保留审美“在世性”成果的同时，呼唤基于伦理学人类学纬度的崇高、精神、净化、超越等“神性”元素的复归——为了在物质丰富后提升人的精神、使人真正走上全面发展之路；使面临大面积滑坡的“在世性”内蕴一种深厚的人文精神以巩固人们的伦理底线、提升人们的精神境界。世俗化与消费主义导致的人文精神大滑坡，结束了大众文化与人文艺术的蜜月期，情与理、内容与形式、经验与思想之间的张力在“娱乐至死”的氛围中走向松弛甚至消失。在这种情境下，保留审美日常化和大众化的正面成果，在多种快感体验中努力恢复精神快感的触动与悠长，借鉴卡夫卡为代表的现代主义对存在状况执著拷问的“神性追求”，以精神神性或曰超越性对抗不断下坠的物质世俗性与技术凝固性，并将这种精神不坠的内涵重新注入流行的大众文化之中，在保留其外在形式美和趣味多元化的同时，努力提高它的思想性和艺术品位以增强其触动人们心灵的能量，使大众文化进入一个良性发展的轨道。

参考文献

- [1] F. Schiller. On The Aesthetic Education[M]. tr. R. Snell, London: Thoemmes Press, 1994. 10th, 21st, 23rd, 27th letter.
- [2] 滕守尧. 大众文化不等于审美文化[J]. 北京社会科学, 1997, (2).
- [3] 王柯平. 西方审美文化的绵延[J]. 浙江学刊, 1998, (2).
- [4] 朱存明. 情感与启蒙——20世纪中国美学精神[J]. 北京: 西苑出版社, 2000. 292—294.
- [5] 中华美学学会青年学术委员会. 编者前言[J]. 美学与文艺学研究, 1994, (2). 2.
- [6] 王一川. 美学教程[M]. 上海: 复旦大学出版社, 2004. 153.
- [7] 肖鹰. 中西艺术导论[M]. 北京: 北京大学出版社, 2005. 241—242.
- [8] (美) 尼尔·波兹曼. 娱乐至死[M]. 章艳译, 桂林: 广西师范大学出版社, 2004. 202.
- [9] 傅守祥. 欢乐之诱与悲剧之思——消费时代大众文化的审美之维刍议[J]. 哲学研究, 2006, (2).
- [10] 朱大可. 大众文化的解密时代[C]. 文化的病症——中国当代经验研究(序言)[M]. 上海: 上海文艺出版社, 2004.

上一篇：傅守祥：“行动”的选择与“自为”的存在——俄罗斯忒斯主题在萨特戏剧《苍蝇》中的现代性呈现

下一篇：傅守祥：消费时代大众文化的审美伦理与哲学省思

>> 相关新闻 全部新闻

>> 相关评论 全部评论

- 傅守祥：当代审美文化的意义想像与审美生存 (1月26日)
- 傅守祥：审美化生活的隐忧与媒介化社会的陷... (1月26日)
- 傅守祥：文化经济的转向与文化开放的平台 (11月21日)
- 傅守祥/应小敏：视觉文化的超美学:大众经验... (11月10日)
- 傅守祥：文化产业呼唤观念创新 (11月10日)
- 傅守祥：泛审美时代的快感体验——从经典艺... (10月27日)
- 傅守祥：数字艺术:技术与人文的博弈 (10月22日)
- 傅守祥：大众文化的审美现代性批判 (10月22日)

发表评论

点评：	<input type="text"/>	
	<input type="text"/> 字数	验证码： <input type="text"/>
姓名：	<input type="text"/>	<input type="button" value="提交"/>