

与组工干部谈 美学

YU ZUGONG GANBU TAN MEIXUE

下 册

兴华智源管理科学研究院
《组织部长参阅》编辑部

与组工干部谈美学

周永学 编著

中国 北京

兴华智源管理科学研究院

《组织部长参阅》编辑部

责任编辑：吴佳蓉
版式设计：一 木
责任校对：张 炎
封面设计：赵楚楚

与组工干部谈美学

YU ZUGONGGANBU TAN MEIXUE

组织编撰：《组织部长参阅》编辑部

编 者：周永学

出 版：兴华智源管理科学研究院

通讯地址：北京91-019信箱 邮编：100091

开 本：787毫米*1092毫米 1/16

印 张：21

字 数：295千字

版 次：2011年1月第1版

印 次：2012年5月北京第2次印刷

定 价：76.00元（上中下三册）

目 录

第八章 审美文化 /293

一、审美文化的概念 /295

二、审美文化的特征 /317

三、审美文化的生产与消费 /340

第九章 审美教育 /363

一、审美教育的性质 /364

二、审美教育的功能 /372

三、审美教育的特点 /381

第八章 审美文化

这一章，我们来谈谈审美文化。

审美文化代表着人类文明和文化的高级形态。随着人类生存及其行为对审美和精神自由需要的不断增长，以及人类审美意识向生活的各个层面日趋扩大和延伸，建立一种以人的精神体验和审美的形式观照为主导的社会感性文化形态，就成为审美发展的历史性必然。而审

美文化正产生和成熟于这种历史的变革过程。审美文化有别于传统审美与艺术活动，表现出感性化、形式化和消费性的特征，其边缘化和审美意识的泛化色彩非常突出。审美文化的生产和消费也改变了传统审美和艺术活动的属性，表现新的现象和特质。就生产来讲，技术性的因素日渐突出和提升，大众传播手段被审美文化生产所依赖和利用；就消费来看，文化的共享性、追求趣味和崇尚快乐，都是审美文化消费中引人注目的问题。正因此，审美文化研究有着很强的现实意义。

一、审美文化的概念

“审美文化”这个概念提出的历史并不太长，而且，就学术界对这一概念的运用来说，迄今仍包含有多种歧义。这里，我们着重对审美文化概念的演变进行一番梳理，以便为探讨审美文化的理论问题提供基本的学术依据。

（一）美学史上对审美文化概念的探讨

由于时代精神和人类生存实践的差异，美学史上对于审美文化概念的探讨也表现出不同的内涵。

“审美文化”概念的历史，首先应当追溯到席勒在1793～1795年

间撰写的《美育书简》。在该书第23封信的结尾处，席勒最早提出了“审美文化”概念，并在坚持真善美相统一的原则之下使用和肯定了这一概念。在席勒看来，理想的人（完整的人）是知情意完美结合的统一体。在这个统一体中，包含着三种协调的基本冲动，即以自然原则为基础的感性冲动、以理性原则为基础的形式冲动和以审美原则为基础的游戏冲动，它们形成了三种文化状态：自然状态、道德状态、审美状态。由于人性在自然状态和道德状态中受到强制和压抑，而现代人性的分裂与创伤又需要一种统一的机制和医疗手段，因而，只有通过

审美状态，人才可能以美的形象为感受对象，并以自由想象的关系与之游戏，从而实现感性和理性、形式与自由的统一。这就是说，当人既摆脱了对自然实在的需要，又摆脱了道德或政治原则的强制性，使种种对立的二元因素达到最佳融合时，整个文化就具有了审美的属性。可见，席勒一方面把审美文化作为实现人类理想文化的基本途径，同时又把审美文化作为人类文化的最高理想境界。在他那里，审美文化实际是代表了一种真善美重新融为一体的文化。

美国学者对于审美文化概念的探讨，非常注重艺术与生活的融合，

把审美文化理解为一种融艺术与生活于一体的文化。根据有关资料介绍，远在19世纪中叶，美国大思想家梭罗（H. D. Thoreau）就从“生活艺术化”的角度，对审美文化进行了深入的思考和实践。梭罗认为，最高的美来自个人对森林、河流、湖泊、山峦、晨雾、朝霞的灵感和体验的升华；美好的生活不是通过积累知识、占有财富达到的，而是通过对自然和人性美的敏锐感受实现的。20世纪初，大思想家和教育家杜威（J. Dewey）继续阐述了这一思想，并提出“完美的经验即艺术”和“艺术即经验”的见解。在杜威看来，美不等于日常经验，但又不是

与经验无关；任何美都不是从天上掉下来的，而是从日常经验中升华出来和由正常经验转变而成的。一种正常经验不管有多么好，要想成为审美经验，就必须首先具备强烈性、完整性和清晰性。当生活变得美好和强烈时，就已经具有了艺术的意味。如果艺术被严重地孤立于生活之外，它就失去了自己最基本的原料：人的日常经验。由此，杜威得出的结论是，艺术的独立恰恰就是艺术与生活的融合，真正的艺术绝不是以取消人的正常趣味和活动为代价，而必须使这些趣味和活动得到非同寻常的满足；只有通过生活向艺术境界的攀登和靠拢，才

能达到一种审美文化。

在审美文化概念的探讨中，以法兰克福学派为核心的西方马克思主义也值得我们重视。从总体上说，西方马克思主义主要是以文化与机械文明的对立为理论前提，并在否定的意义上使用了审美文化这一概念：审美文化就是生活的审美化，它标志或意味着艺术与文化的商业化以及人的内在性的消解。阿多诺在《美学理论》的一开头便指出：“由于社会日益缺乏人性，艺术也随之变得缺乏自律性。那些充满人文理想的艺术构成要素便失去了力量。”显然，同席勒文化理想主义的乐观意识相反，法兰克福学派对于人类

文化持了一种悲观的态度。在他们看来，传统美学所具有的精神性和自由性的文化品格，在文化工业时代已泛滥为人的无限制的消费——享乐欲望；审美文化的展开，不仅没有实现席勒所向往的人性的完整，相反却是人性的日益分裂和畸形，是机械文明对文化的全面整合。正是从这个意义上，阿多诺反对以康德美学为基础的审美文化观念，认为审美文化即生活与文化的审美化，是双重的自我异化——一方面是审美自律性和超功利性的丧失，另一方面是个体对精神性的守护和追求转化为一种无限制的消费和享乐欲望，因而审美文化所表示的只是对

文化工业背景下异化现实的合理肯定，它揭示了文化从作为人的自我解放力量到成为资本主义生产逻辑的意识形态的退化演变。应该说，法兰克福学派对审美文化的理解有一定道理，至少，它对当代西方发达资本主义社会的文化异化、商业化、技术化的消极面作了比较深刻的批判，注意到了美学从传统理论向现实文化转型过程中的种种弊端。不过，由于法兰克福学派过于强调审美文化概念的否定性内涵，因而也就一定地取消了这一概念的进步意义。

在中国，“审美文化”这一概念最早见诸于20世纪80年代中期对

苏联美学的介绍。以后，叶朗主编的《现代美学体系》率先使用了这个概念，并把它当作审美社会学的中心范畴，认为审美文化不是一个封闭、孤立的文化形态，而是一般文化这一大系统中的一个子系统；审美文化就是人类审美活动的物化产品、观念体系和行为方式的总和，不仅包括各种艺术作品，也包括具有审美属性的其他人工产品（如服饰、日用工艺品等）和经过人力加工的自然景观，以及传播和保存这些审美化产品的社会设施、审美意识与人的审美行为方式。

进入20世纪90年代以后，在中国美学界，审美文化则成为描述

文化总体性的一个重要概念。一些学者倾向于把审美文化视为文化发展到比较高级阶段上的一种形态。这一阶段上，随着艺术与审美在整个文化领域中的自治程度和完美程度的增加，其内在原则开始向文化的“认识”领域、“道德”领域扩展和渗透，对人们的伦理和认识、社会生活、教育模式、生产与消费方式、装饰、服装、工作、群体与职业等进行同化与改造。在此过程中，不是艺术和美学低就文化的其他领域，更不是艺术和审美原则消失在政治生活与普通生活之中并被其吞没或消解，而是文化的其他领域受到美学和艺术原则的指导与熏陶，

成为审美的或准审美的、艺术的或准艺术的。由此，美学和艺术打破了自身的“自治”或“孤立”状态，为消除认识、伦理和审美三大领域的长期隔离作出了贡献，也为促进整个文化的审美升华作出了贡献。而当人的思维方式、生活方式和教育方式全都艺术化时，整个文化就成为审美文化。

可以认为，审美文化概念的发展经历了一个从理想到现实的过程。这里，有两点值得我们注意：一是不能理想主义地使用这个概念，使其仍然作为一个纯粹的精神范畴而不能面对并解决现实社会中的文化与审美问题；二是不能在否定意义