



当代浙江学术文库  
DANGDAI ZHEJIANG XUESHU WENKU

# 童年精神与文化救赎

## ——当代童年文化消费现象的审美研究

赵霞著

TONGNIAN JINGSHEN YU WENHUA JIUSHU

本书是从审美视角对疾速扩展中的当代童年文化消费现实展开的一次综合考察与探究。作者梳理了现代童年文化的审美源流与内涵，考察了这一审美文化与消费经济的结合过程，并从三个层面展开关于当下童年文化消费现实与具体案例的研究。揭示和分析了造成当代童年文化消费问题的深层机制以及这一机制所指向的文化问题。全书秉持理论与实践相结合的原则，从审美研究的主视角对当代童年文化消费中的若干重要现象展开学理性的描述、论说与探讨，铺陈其状况，分析其问题，进而提出了关于消费时代童年文化发展方向上的观察与建议。



中国社会科学出版社



# 童年精神与文化救赎

——当代童年文化消费现象的审美研究

赵霞著

当代浙江学术文库

DANGDAI ZHEJIANG XUESHU WENKU

中国社会科学出版社

## 图书在版编目 (CIP) 数据

童年精神与文化救赎：当代童年文化消费现象的审美研究 / 赵霞著. —北京：  
中国社会科学出版社，2017.4

(当代浙江学术文库)

ISBN 978 - 7 - 5161 - 9648 - 9

I. ①童… II. ①赵… III. ①消费文化—审美—研究—中国 IV. ①D669.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 003118 号

---

出版人 赵剑英  
责任编辑 田文  
特约编辑 丁云  
责任校对 张爱华  
责任印制 王超

---

出版 中国社会科学出版社  
社址 北京鼓楼西大街甲 158 号  
邮编 100720  
网址 <http://www.csspw.cn>  
发行部 010 - 84083685  
门市部 010 - 84029450  
经销 新华书店及其他书店

---

印刷装订 北京君升印刷有限公司  
版次 2017 年 4 月第 1 版  
印次 2017 年 4 月第 1 次印刷

---

开本 710 × 1000 1/16  
印张 20.75  
插页 2  
字数 339 千字  
定价 88.00 元

---

凡购买中国社会科学出版社图书,如有质量问题请与本社营销中心联系调换  
电话:010 - 84083683  
版权所有 侵权必究

2016年度浙江省社科联省级社会科学学术著作  
出版资金资助出版（编号：2016CBZ07）

浙江省社科规划一般课题（课题编号：14NDJC230YB）

# 目 录

<b>绪言 童年及其文化:消费时代的审美镜像</b> .....	(1)
一 消费社会的童年盛宴 .....	(1)
二 童年文化的审美之维 .....	(5)
三 审美批判的文化镜像 .....	(10)
四 写作目的与本书结构 .....	(15)
五 国内外研究综述 .....	(18)
<b>第一章 作为文化符号的童年:前消费社会的童年文化建构</b> .....	(32)
<b>第一节 人类学视野中的童年文化</b> .....	(33)
一 早期童年文化的历史踪迹 .....	(34)
二 早期童年文化的审美之维 .....	(40)
<b>第二节 现代性视野中的童年文化</b> .....	(46)
一 启蒙现代性传统中的童年 .....	(46)
二 审美现代性传统中的童年 .....	(50)
三 审美童年的文化依据 .....	(56)
<b>第三节 艺术史视野中的童年文化</b> .....	(60)
一 现代童年的诗学救赎 .....	(61)
二 现代童年的诗学自赎 .....	(66)
三 童年诗学与审美精神 .....	(69)
本章小结 .....	(71)
<b>第二章 作为资本符号的童年:消费社会与童年文化的经济</b> .....	(72)
<b>第一节 消费文化视野中的童年</b> .....	(73)
一 从生产的儿童到消费的儿童 .....	(73)
二 从文化的消费到文化的建构 .....	(78)

第二节 从审美文化到符号资本 .....	(83)
一 作为价值符号的童年 .....	(84)
二 作为文化资本的童年 .....	(90)
第三节 从童年消费到消费童年 .....	(95)
一 童年审美经济的当代勃兴 .....	(95)
二 童年文化消费的当代问题 .....	(100)
本章小结 .....	(105)
<b>第三章 从文化诗学到商品美学：童年精神的消费 .....</b>	<b>(106)</b>
第一节 纯真诗学的反讽 .....	(107)
一 纯真诗学的意义及其衍变 .....	(107)
二 作为商品的童年纯真 .....	(114)
三 纯真文化消费批判 .....	(121)
第二节 自由美学的幻象 .....	(126)
一 童年与一种审美的自由 .....	(126)
二 出售童年自由 .....	(132)
三 从自由走向自闭 .....	(137)
本章小结 .....	(144)
<b>第四章 从游戏精神到娱乐精神：童年体验的消费 .....</b>	<b>(145)</b>
第一节 异化的游戏精神 .....	(146)
一 童年游戏体验的当代消费 .....	(146)
二 游戏传统与文化精神 .....	(153)
三 失落的游戏精神 .....	(160)
第二节 虚幻的权力体验 .....	(168)
一 消费经济与童年自决的美学 .....	(169)
二 儿童与成人：消费时代的权利倒置 .....	(174)
三 童年与文化：超越权力政治 .....	(181)
本章小结 .....	(186)
<b>第五章 从身体意识到身体景观：童年身体的消费 .....</b>	<b>(189)</b>
第一节 童年身体与童年景观 .....	(190)

一 童年身体的塑造 .....	(190)
二 童年身体的景观 .....	(195)
第二节 景观童年的影像表征 .....	(201)
一 健康的童年与“疾病”的隐喻 .....	(202)
二 身体的资本与影像的奇观 .....	(205)
三 “性化”的身体与性别的规训 .....	(208)
第三节 景观童年的文化辨析 .....	(211)
一 童年身体景观：客体化与主体性的悖论 .....	(211)
二 童年身体展示：规训与反抗的辩证法 .....	(216)
第四节 景观童年的美学批判 .....	(219)
一 拟象景观与平面童年 .....	(220)
二 景观观看的交往隐喻 .....	(223)
三 景观生活与童年剥夺 .....	(226)
本章小结 .....	(230)
第六章 童年之死与文明之殇：消费社会的童年文化危机 .....	(231)
第一节 当代童年的文化危机 .....	(232)
一 当代文化与童年的消逝 .....	(232)
二 “消逝”抑或“再生”：有关童年文化命运的争论 .....	(238)
三 重辨“童年消逝说” .....	(243)
第二节 童年消逝的文明之痛 .....	(251)
一 消逝的童年 消逝的时间 .....	(251)
二 童年消逝：一种乌托邦精神的告别 .....	(257)
三 “童年之死”与消费时代的文化危机 .....	(263)
本章小结 .....	(267)
第七章 童年的未来：关于消费时代童年文化命运的思考 .....	(269)
第一节 童年：一个超越消费的文化概念 .....	(270)
一 童年与消费时代的文化底线 .....	(270)
二 童年与一种“反消费主义”的文化精神 .....	(273)
第二节 童年的保存与文化的未来 .....	(278)
一 童年经验的审美复归 .....	(279)

二 童年与人性的审美复归 .....	(286)
本章小结 .....	(294)
结语 .....	(296)
参考文献 .....	(300)
后记 .....	(324)



## 绪 言

# 童年及其文化：消费时代的审美镜像

童年啊，我曾几何时见过你  
宛如倾泻的河水，逝去，  
只有你那奔泻而下和过眼云烟  
的路程，  
还留在我记忆的镜子里。

——阿莱桑德雷《童年》

### 一 消费社会的童年盛宴

只需对身边的事物稍加留意，我们便会发现，童年的各类形象、符号从来没有像今天这样充斥着人们的日常生活。这种“充斥”的效应一方面显然与近一个世纪以来儿童家庭和社会地位总体提升的事实有关；另一方面也在很大程度上依托于当代消费文化的传播力量，并借消费文化的平台实现着进一步的扩张。在各类大型超市和购物商场，儿童用品往往单独占据了一个重要的展示与购买空间，而在各类商品的广告营销中，儿童的形象也被频繁地征用作为消费活动的某种有效的催化元素。有心者不妨试试以下实验：打开电视，任意选择若干频道的广告时间间隙，粗略地点算一下儿童形象在其中出现的频率。这个频率从一个侧面显示了儿童在当代生活中的地位，也显示了与此相关的儿童群体在当代消费文化中的地位，后者进一步得到了来自各类调查数据的印证：据有关统计，至20世纪末，仅英国的儿童消费品市场额就达到了每年约100亿英镑<sup>①</sup>。21世纪初的相关统计则显示，全球城市儿童（4—14岁之间）的直接消费及其对于成人

<sup>①</sup> Hugh Cunningham. *The Invention of Childhood*. London: BBC Books, 2006, p. 230.

消费的直接影响所带来的市场潜力可达 19000 亿美元<sup>①</sup>。而一份发布于 2013 年的《城市儿童生活形态研究报告（2012—2013）》显示，目前中国儿童产业总规模已超 1 万亿人民币，在大量独生子女家庭，用于儿童的直接与间接消费占到了家庭日常支出的 60% 以上。<sup>②</sup> 全球范围内持续激增的儿童消费数字引发了市场对于童年这块特殊的消费经济“蛋糕”的抢占热情，以至于在国内，有关儿童消费的营销报告动辄售价上万元。可以预见的是，当前和未来的市场将尽其所能，来迎合和开发当代儿童的各式需求。

这让我们想起一个多世纪前，瑞典教育家爱伦·凯在其初版于 1900 年新年前夜的《儿童的世纪》一书中提出的预言：即将到来的 20 世纪会是“儿童的世纪”，“一切道德、律法和社会事务，都将围绕着它而组织起来”。<sup>③</sup> 从许多方面来看，这一预言在今天已经被历史所证实。整个 20 世纪，儿童的社会福利和社会身份都得到了前所未有的提升，与此相应地，儿童对于家庭和社会生活的影响力也在不断加强，后者在最为可见的层面上即表现为儿童在家庭和社会消费结构中影响比例的持续上升。如果说 1924 年在日内瓦通过的全球第一份《儿童权利宣言》还在为儿童特殊的物质和精神需要的基本满足而发出恳切的需求，那么时隔近百年之后，我们看到的或许是，作为一个群体的儿童正身处某种富足的物质和精神消费的洪流之中。

这并不是说，今天的儿童已经完全摆脱了物质性的贫乏；相反地，童年的贫穷仍然存在于世界的各个角落。它也不是说，当代童年正在成为一个仅由消费来标记的文化符号；相反地，开放的当代社会赋予了童年以空前多样的文化维度和空前丰富的文化内容。然而，摊开这样一卷经纬错综、地势复杂的童年文化版图，我们可以清楚地觉察到涌动于其中的那样一股强大的消费文化激流。它与整个消费时代的总体氛围保持着一体的脉动关系，但又表现出童年文化自身的规律和特点；它不但参与建构着当代

① [美] 詹姆斯·U. 麦克尼尔、张红霞：《儿童市场营销》，华夏出版社 2003 年版，第 40—41 页。

② 《〈城市儿童生活形态研究报告（2012—2013）〉发布：儿童消费占家庭日常支出 60% 以上》，《中国妇女报》2013 年 7 月 30 日。

③ Ellen Key. *The Century of the Child*. New York & London: The Knickerbocker Press, 1909, p. 3.

童年的生存方式,而且内在地影响和塑造着其文化和精神的面貌。当代消费文化对于不同民族、地区、阶层的儿童个体,影响力也各不相同,但其总体效应显然在迅速和持续地扩大。

对于长久以来备受忽视和压抑的儿童来说,这并不是一个坏消息,因为一个将儿童纳入主要消费者群体的消费社会,必定也是最大限度地考虑儿童自身需求的社会,而这正是17世纪以来的现代童年观革命所寻求的目标之一。如果我们记得1989年11月20日在联合国大会上决议通过的《儿童权利公约》对于儿童的生存权、发展权、受保护权和参与权的强调<sup>①</sup>,我们或许会承认,没有一个时代像今天的消费社会这样给予儿童的这些权利主张以如此普遍的器重。现代以降的儿童福利运动最为关注的是如何使童年得以告别各式各样的“匮乏”,如今看来,消费社会所专注的正是如何以各样的“丰盈”来填充这些“匮乏”。从这个意义上说,当代消费社会对于童年生活而言,似乎意味着某种乌托邦式的丰足岁月。

遗憾的是,这一切只是幻象。物质丰足的消费时代的到来的确在很大程度上改善了童年的生存境况,但它同时也带来了这一境况的另一种恶化趋势。尽管消费社会空前地凸显了儿童的主体身份,它却并不打算把关注的目光停留在儿童身上,而是致力于将作为消费者的儿童尽可能吸纳到庞大的消费机器中,以维持和促进消费社会内部的持续运转。因此,它加诸童年的身份意义的增值,首先是与童年作为一种资本的价值生产力暗中对应并且互为因果的。这决定了消费社会对于童年符号的运用不可能止于儿童利益的考量,而必定会想方设法寻求童年资本发掘和利用的最大化。

从消费经济意识到儿童作为消费者的巨大潜力开始,一场针对儿童消费者资源的掠夺式竞争就开始了它在童年生活各个层次的全面布局。对于盈利者而言,占有一个儿童消费者既意味着占有了其童年阶段的消费商机,通常也意味着隐在地控制了他成年之后的某些消费选择。营销界指出,从婴儿时期开始,“每个终生消费者对一个零售商来说可能价值10万美元”<sup>②</sup>。这一儿童商机的现实使当代儿童甫一出生便已深陷消费文化的包围;后者正不断地渗透入童年生活的纹理深处,重塑着当代童年的身

<sup>①</sup> 《儿童权利公约》,1989年11月20日。

<sup>②</sup> [美] 马丁·林斯特龙、帕特里夏·西博尔德:《人小钱大吞世代》,于婷译,机械工业出版社2004年版,第144—145页。

体与精神感觉。如果说儿童的消费本身是一个中性意义上的行为，从积极的视角来看，儿童消费地位的提升也有助于儿童福利现状的推进，那么在今天，当儿童开始过早和过多地与交换价值和符号价值打交道时，童年自身也在日益走向一种商品化的异化境地。在儿童对于消费不断增强的影响力的表象之下，是消费对于童年的不断深入的控制。在这个过程中，儿童被隐在地价值化了，它成了消费文化售卖给市场的一件特殊的“商品”。

更严重的问题还在于，借助于上述儿童消费潮的持续铺展，消费文化将作为一个审美文化符号的童年也变成了消费的对象。自欧洲启蒙运动以来被艰难地建构起来、并在整个 20 世纪得到重要的培育和生长的童年文化，由此被转化为了当代社会又一个新的消费增长点。与一般的儿童消费行为相比，对于童年文化的消费所涉及的消费品不仅仅是相应的物质或文化商品，更是隐藏在这商品背后的童年文化精神。当代消费文化十分懂得如何充分地利用现代童年丰富的文化价值以及 20 世纪普遍存在的人们对于这一文化的欣赏之情，来推动童年文化商品的生产和消费循环。它的这一策略无疑是成功的。自 20 世纪晚期以来，通过发掘童年文化的符号资本，并借助于各类新旧媒介的资本转换力量，消费社会在自我内部打开了一个无比开阔的新的消费空间，它不仅包括儿童对童年文化的自娱性消费，也在很多时候指向着成人对于这一文化的猎奇性消费。在这个过程中，消费文化对于童年资本的开发和运用，也显得越来越得心应手和创意十足。世纪之交，这一针对童年文化的消费趣味开始迅速影响国内市场，并在 10 年左右的时间里，演变成为一场童年文化的普遍消费热潮。童年文化资本的到来使得长期以来主要为成人所占据的消费文化花园里恍惚掠过一阵清新的“纯美”之风。面对今天遍布商业文化各个角落的“童年元素”，消费者似乎感到了一种审美调剂的欢愉，市场则显然沉浸在莫可言说的窃喜之中。

然而，正是这一消费潮流，在轻而易举地扼杀几个世纪以来人们小心呵护并倍加珍爱的现代童年的身体和精神文化。在将童年文化商品化的同时，消费文化也在以一种对待童年的消费主义态度逐渐取消这一文化所具有的深厚内涵。这一切造成了童年文化在当代社会所面临的某种“丰盛”的危机，以至于有研究者认为，在 20 世纪后期兴起的这场以市场为中心的自由主义消费潮中，童年的“一个世纪的进程在这个世纪即将结束的

时候,突然停顿了”<sup>①</sup>。

## 二 童年文化的审美之维

童年文化作为一个独立的学科范畴开始得到学界的普遍认可和关注,几乎就是近一二十年间的的事情,它在一定程度上得益于与此密切相关的另一个“儿童文化”的范畴在当代日常生活和学术研究领域的迅速崛起。<sup>②</sup>儿童文化首先是一种社会学意义上的亚文化现象,长久以来,它在社会文化体系中所处的层级显然较为低微。尽管作为一种事实的儿童文化早已存在于历史中,但它以“文化”的身份引起人们的注意,却是十分晚近的事情。这一方面与特定社会所持有的儿童观密切相关;另一方面也取决于我们对文化一词的理解。匈牙利学者阿格尼丝·赫勒曾区分出文化的三种基本概念:一是作为高级文化的概念,亦即传统的经典文化;二是作为文化话语的概念,它主要指人们“以一种文化的方式谈论一切事物”的能力;三是最为宽泛的人类学的文化概念,指与人类活动相关的一切现象、事务。<sup>③</sup>就此而言,只有在第三种文化观得到普及的基础之上,我们才有可能谈论儿童文化作为一个独立文化范畴的内涵与价值。20世纪后期以来,随着人类学意义上的文化概念在社会学和文化研究等领域的扩展,儿童文化的范畴及其研究也逐渐进入了人们的视野。

在通常的语境下,童年文化首先是指一种儿童文化,后者在最广泛的意义上指向着儿童世界的一切现象。马塞尔·克拉斯等研究者在《儿童文化,或一种路径的尝试》一文中通过相关研究文献的概括分析指出,学术界对于儿童文化概念的理解包含以下两个向度,一是儿童的文化(die Kultur der Kinder);二是为儿童的文化(die Kultur für Kinder),前者指儿童自己创造的文化,如儿童的游戏、仪式等文化,后者指以儿童为目

<sup>①</sup> Joel Bakan. *Childhood Under Siege: How Big Business Ruthlessly Targets Children*. London: The Bodley Head, 2011, p. 9.

<sup>②</sup> 在儿童发展理论中,广义的童年阶段一般被区分为婴儿、儿童、青少年三个阶段。本书所使用的“儿童”和“童年”的概念主要是狭义层面的,即一般不包括特指的“婴儿”和“青少年”阶段。在科学研究中,人们倾向于以确定的年龄上下限来画出童年的边界,但在具体的文化、生活中以及对于具体的个体来说,童年显然是一个难以用确切的年龄划分来界定的阶段,而更多地有赖于一种宽泛的文化理解。这也是本书不以年龄的标准来解释儿童和童年概念的原因。

<sup>③</sup> [匈牙利]阿格尼丝·赫勒:《现代性理论》,李瑞华译,商务印书馆2005年版,第163—197页。

标接受群体的文化，如儿童的玩具、服装等文化。<sup>①</sup> 这两类儿童文化的生产者虽有不同，但其文化实践的主体都是儿童。“儿童文化是这样一个领域，在这里，娱乐、宣传和快感交会在一起，共同建构着作为一个儿童的概念，而这个儿童是社会中的性别、种族、阶层地位共同造就的一个综合物，正是通过它，个体才在与无数他者的关系中寻找到了自我身份的定义。”<sup>②</sup>

然而，尽管在西方童年研究界，童年文化有时会被当作儿童文化的一个对等概念使用，但这两者之间在内涵和外延上其实并不完全等同。人们在使用这对概念时，有时会对其区别作出某种直觉的反应。例如，在诗学领域，如果谈论“儿童的诗学”，所涉及的对象往往局限在儿童文学和艺术的范围，而如果谈论“童年的诗学”，则往往会同时涉及成人文学和艺术作品。但目前为止，还没有研究者就这对概念之间的异同展开过细致的学理比较和分析。事实上，童年文化与儿童文化之间的差异可以追溯至童年与儿童概念之间的微妙区别。有研究者认为，童年与儿童之间最显在的概念差异在于“童年可被界定为一个过程或人生阶段”，儿童则“由一个年轻的群体构成”，前者是指一种“观念”，后者则是指“人”。<sup>③</sup> 但实际上，作为一个人生阶段的童年所对应的群体即是儿童，后者一旦进入具体的论说语境，也不可避免地成为了一个观念性的概念。因此，这一在很大程度上带有语言游戏性质的甄别方式，尚未触及童年与儿童概念之间最重要的差别。

在英语中，“childhood”一词的词根“hood”既有阶段、时期之义，同时也指向一种状态或气质。在前一种意义上，童年的词义与儿童其实相差无多，如著名的《不列颠百科全书》对于“childhood”一词的解释即为“介于婴儿与青少年之间的人生阶段”<sup>④</sup>，这意味着童年一词可被视为

---

① M. Klaas, A. Flügel, R. Hoffmann, B. Bernasconi. “Kinderkultur oder der Versuch einer Annäherung”, See M. Klaas, et al. (eds.). *Kinderkultur (en)*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2011, pp. 11 - 16.

② Henry A. Giroux. “Animating Youth: the Disnification of Children’s Culture”, *Socialist Review* 24 (3), 1995, pp. 23 - 55.

③ Roger Smith. *A Universal Child?*. Hampshire & New York: Palgrave Macmillan, 2010, p. 12.

④ “childhood.” *Encyclopaedia Britannica. Encyclopaedia Britannica Online Academic Edition*. Encyclopaedia Britannica Inc., <http://www.britannica.com/EBchecked/topic/111148/childhood>.

生理上的儿童期的代名词。而在后一种意义上,童年概念与生理年龄的关联变得不那么紧密了,而是更多地与一种儿童式生命状态相连。这两个意义之间存在着显而易见的重合度,但也显示了某种微妙的差异。如果说作为儿童期指称的童年只是一个阶段性的概念,一旦个体度过了儿童期,相应的童年也就结束了,那么指向一种儿童生命状态的童年概念则不只是属于儿童期的,它还将深植于个体成年后的生命过程中,并在那里继续生长。“我们如何定义童年,以及如何在我们的‘生命叙事’之内梳理和组织童年的经验,影响着关于我们自己的看法。也就是说,童年构成了成人生命故事的一部分。”<sup>①</sup>

或许可以这么说:对儿童而言,“儿童”与“童年”的感觉是以一体的方式在他们身上得到实现的,而对成人来说,“儿童”代表的已经是一种外在于己的经验,童年则仍是一种内在的生命感受。休·卡宁翰在其《1500年以来西方社会的儿童与童年》一书中谈到了西方社会在使用童年一词时的某种纠结——一方面是将它视为人生时间的已逝部分;另一方面则是将它看作一种当前的生活现实<sup>②</sup>。前者包含了成人对于往昔童年的某种文化经验和想象,后者则完全是指切实的儿童生活。虽然卡宁翰是从儿童现实生活的视角出发,在批判的意义上言及前一种童年理解的,但其批判的出发点恰恰印证了儿童与童年概念之间的微妙差异。如果说个体作为“儿童”的状态在儿童期结束后就已经定型了,那么即便在进入成人状态后,个体对于自我“童年”的体验也仍然发生着变化,每一种新经验的加入都有可能影响个体在这一时期所意识到的有关童年的记忆和想象。它有时被称为我们身体里的“儿童”,以此区别于现实的儿童。“童年是我们曾有过的、仍然拥有且将永远保有的一种心灵状态。”<sup>③</sup> 法国哲学家加

① Sharon Cornelissen. “The Representations of Childhood and the Self-Image of Adults in Modernity: The Image of the Child as ‘Other’ or as Part of the Narrative of Life”, *Social Cosmos*. Vol. 1, 2010, p. 13.

② H. Cunningham. *Children and Childhood in Western Society since 1500*. London and New York: Longman, 1995, p. 190.

③ Gaston Bachelard. “Reveries toward Childhood”, Jeremiah Abrams (ed.) . *Reclaiming the Inner Child*, New York: G. P. Putnam's Sons, 1990, p. 48. See Roni Natov. *The Poetics of Childhood*. New York: Routledge, Taylor & Francis Group, 2003, p. 1.

斯东·巴什拉称之为我们身心中“永久性的童年核心”<sup>①</sup>，他这样强调童年在个体身上的这种“持续”性：“童年深藏在我们心中，仍在我们心中，永远在我们心中”<sup>②</sup>，“这持续的童年犹如一种向生活展开的美好感情，使我们能理解并热爱孩子，仿佛我们处于最初的生活，与他们不分长幼”<sup>③</sup>。意大利导演费德里科·费里尼说过同样的意思：“我们身内的儿童与成年、老年以及青少年的我们并存。”<sup>④</sup>

正是童年概念与儿童概念之间的上述差异，带来了童年文化与儿童文化之间的一个显著区别。童年文化的内涵中包括儿童文化，但并不局限于儿童文化，相反地；另一部分以成人为文化主体的童年文化，也构成了现代童年文化的一个重要内容。例如，形成于19世纪欧洲浪漫主义思潮中的童年美学，显然并不能被归属于现实的儿童文化，却是人类童年文化不可或缺的一部分。在这里，“文人墨客们所推崇的这个‘童年世界’，并不是一个生理概念而是一个文化范畴”<sup>⑤</sup>，它与现实的童年有关，但其本相却是存在于成人的文化世界之中。童年文化的这一半引人注目的线索贯穿了整个现代社会的人类文学和艺术史，作为其核心的童年意象，也在这一过程中进一步成为一个普遍意义上的人文文化范畴。

童年文化的概念中包含了来自儿童文化与成人文化两个层面的内容。不过，在谈论童年文化的现实时，这两个层面的内容从一开始就相互交缠在一起。在儿童文化的范围内谈论童年文化，无数词汇往往都指向着来自成人文化领域的那个童年文化传统，而在成人文化的层面上谈论童年文化，其话语基础同样建立在儿童文化的现实之中。这使得我们在谈论童年文化的话题时，必定会同时触及它的这两个层面的意涵，而无法将它们完全割裂开来。

由于这里所取用的是“文化”一词最为宽泛的意义，它所对应的子概念“童年文化”也因此指向着一个十分庞大的范畴，仅仅是其中所包

① [法] 加斯东·巴什拉：《梦想的诗学》，刘自强译，生活·读书·新知三联书店1996年版，第134页。

② 同上书，第166页。

③ 同上书，第126页。

④ 参见 Gilles Deleuze. *Cinema 2: The Time-Image*. Trans. Hugh Tomlinson & Robert Caleta. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1997, p. 92.

⑤ 徐岱：《基础诗学》，浙江大学出版社2005年版，第209页。



含的儿童文化,本身就是一个复数的概念<sup>①</sup>,童年研究界对于它的阐释也十分多样,以至于有学者将它称为一个“暧昧不定”的范畴<sup>②</sup>。本书的研究无意于从泛文化的角度来切入对于童年文化消费现象的探讨——在这一点上,社会学研究已经做了很多——而是意在从童年文化的审美维度出发,探讨这一文化在当代消费社会的现状与问题。

童年审美文化既是童年文化的“审美分支”,也是审美文化的“童年分支”。从童年文化的角度来看,童年审美文化是这一文化中涉及人类审美活动和现象的那部分文化的总和;从审美文化的角度来看,它则是这一文化中围绕着童年的形象或符号建构起来的那部分文化的集合。综合以上两个方面的基本内涵,我们可以这样理解童年审美文化的概念:童年审美文化是指以童年为核心意象建立起来的一种具有审美特性的文化形态,是人类审美活动在童年领域的实践结果。

审美文化在当代是一个不断泛化的概念,童年审美文化也是如此。在当代语境下,它的表现形态渗透到童年文化与生活的方方面面,不仅包括传统文学艺术审美领域的童年文化踪迹,也包括一切涉语童年且具有审美特质的文化现象和文化产品,如影视作品、广告宣传、娱乐节目、电子游戏乃至相应的饮食、服装、建筑等文化中的童年审美内容。应该说,与一般的审美文化传统相比,童年审美文化天然地具有一种亲近大众和日常生活的气质,自其文化形态在现代社会得到基本确立开始,它一直在寻求进入普通儿童和成人大众的生活。从这个意义上说,现代消费社会对于童年审美文化而言意味着一个适宜的培育和传播环境。然而,也正是在童年审美文化的大众化过程中,这一文化本身日益成为了急遽演进中的当代文化消费潮的受害者之一。随着消费主义的逻辑逐渐主宰了童年文化面向大众的生产和接受过程,童年文化自身不得不面对严峻的问题,它主要表现为现代童年文化精神在其消费过程中的受损与失落,以及由此而来的童年文化发展危机。因此,本书的研究所主要针对的也是大量进入大众文化消费

<sup>①</sup> Stevens Mintz. "The Changing Face of Children's Culture", Paula S. Fass & Michael Grossberg (eds.). *Reinventing Childhood after World War II*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 2012, p. 39.

<sup>②</sup> Michael-Sebastian Honig. *Entwurf einer Theorie der Kindheit*. Frankfurt/Main, 1999, p. 133. See M. Klaas, et al. (eds.). *Kinderkultur (en)*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2011, p. 11.