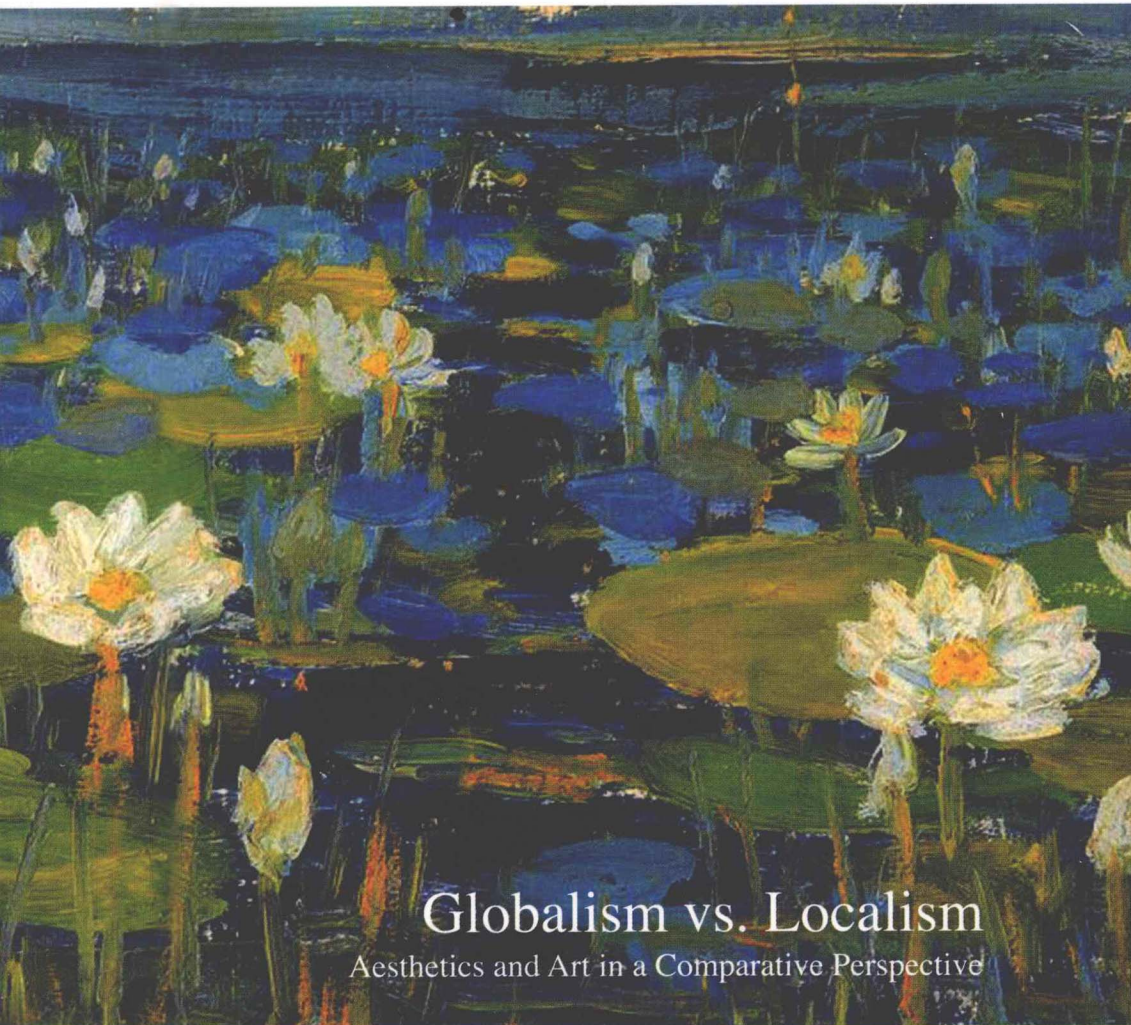




Globalism vs. Localism
Aesthetics and Art in a Comparative Perspective

全球与地方

比较视野下的美学与艺术

高建平 著



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

Φ 美学与艺术丛书

Globalism vs. Localism

Aesthetics and Art in a Comparative Perspective



全球与地方

比较视野下的美学与艺术

建平 著



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

图书在版编目(CIP)数据

全球与地方:比较视野下的美学与艺术/高建平著. —北京:北京大学出版社,2009.5

(美学与艺术丛书)

ISBN 978-7-301-15110-5

I. 全… II. 高… III. 美学 IV. B83

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 052196 号

书 名: 全球与地方:比较视野下的美学与艺术

著作责任者: 高建平 著

责任编辑: 王立刚

标准书号: ISBN 978-7-301-15110-5/B·0794

出版发行: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区成府路 205 号 100871

网 址: <http://www.pup.cn> 电子邮箱: pkuphilo@163.com

电 话: 邮购部 62752015 发行部 62750672 出版部 62754962

编辑部 62752025

印 刷 者: 北京山润国际印务有限公司

经 销 者: 新华书店

650mm×980mm 16 开本 21.25 印张 300 千字

2009 年 5 月第 1 版 2009 年 5 月第 1 次印刷

定 价: 32.00 元

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究

举报电话:010-62752024 电子邮箱:fd@pup.pku.edu.cn

美学与艺术丛书顾问

柯提斯·卡特 (Curtis L. Carter), 美国马凯特大学教授, 国际美学协会第一副主席, 美国美学协会前秘书长。主要著作有《当代艺术中的浪漫主义与犬儒主义》、《当代美国民间艺术》等等。

海因茨·佩茨沃德 (Heinz Paetzold), 德国汉堡应用科技大学与卡塞尔大学哲学教授, 国际美学协会前主席。主要著作有《德国唯心主义美学》、《新马克思主义美学》、《更新现代的美学》、《美学概况》、《符号、文化、城市》和《卡西尔》等等。

阿诺德·伯林特 (Arnold Berleant), 美国长岛大学哲学教授, 国际美学协会前主席。主要著作有《环境美学》、《居住在景观中》、《艺术与介入》、《审美领域》、《重思美学》等等。

高建平, 中国社会科学院文学所文学理论研究室主任, 研究员, 博士生导师, 国际美学协会秘书长, 中华美学学会外国美学学术委员会主任。主要著作有《中国艺术中的表现性动作》、《画境探幽》、《全球化与中国艺术》等等。

丛书主编

彭锋, 北京大学哲学系副教授, 中华美学学会副秘书长。主要著作有《美学的意蕴》、《完美的自然》、《西方美学与艺术》、《引进与变异》、《生与爱》、《诗可以兴》等等。

刘悦笛, 中国社会科学院哲学所副研究员, 中华美学学会副秘书长。主要著作有《生活美学》、《艺术终结之后》、《视觉美学史》、《生活美学与艺术经验》、《西方美学史》第四卷、《分析美学史》(即出)等等。

期待“美学之夏”

——丛书代序

20 世纪中国曾经涌起了几次“美学热”，在当时“沉寂”的世界美学天空中，成了最绚丽的星座。

然而，自从上世纪 90 年代以来，中国的“美学热”在消退，而世界美学却不再“沉寂”，此消彼涨，中国美学已不再亮丽。

中国还会有“美学热”吗？这是中国的美学研究者很感兴趣但又无法预测的问题。

今天的社会的确发生了极大的变化，无论是用“后现代”、“第二次现代化”、“审美化”还是“图像转向”来描述它，都意味着这个社会正在发生由“硬”向“软”、由“实”向“虚”的转向。在一个虚拟柔软的社会里，艺术和审美将会越出它们的边界，渗透到社会的各个层面，而以艺术和审美为研究对象的美学也有可能越出它的边界，成为人们普遍采取的生存策略。中国文化本来就推崇空灵著称，在这种文化中成长起来的中国人，应该可以更好地适应这种时代转向。

在我们看来，从今天的时代条件来看，中国很有可能再次出现“美学热”。

为了推动“美学热”的出现，我们需要做许多扎实的研究工作。公正地说，前几次“美学热”给今天的美学研究者留下了许多宝贵的遗产，但也留下了不少沉重的包袱。尤其是在上世纪 80 年代的“美学热”中，我们翻译引进了不少美学著作，特别是当时出版的 50 余本“美学译文丛书”更是推动了这种发展，但这些著作很少得到深入的研究和吸收。

我们需要重译某些确实有价值的著作,并以重译为契机展开对这些著作的深入研究工作。同时,我们要关注国际美学的新动向,译介一些能够反映美学新动向的著作。当然,更重要的是,我们要推动中国美学学者有原创性的研究工作。我们不仅要加入国际美学讨论的话题之中,而且要提出自己的话题,吸引国际美学学者加入我们的讨论之中。

上世纪 20 年代初,北京大学校长蔡元培率先在北大开设美学课程,推动了中国的第一次“美学热”。现在,北京大学出版社着力推出一套美学与艺术丛书,这能否让中国美学再次获得苗长的契机?

那将不再是美好而短暂的春天,而是繁荣而沉着的夏季,一个通往秋实的“美学之夏”。

彭 锋 刘悦笛

2008 年 3 月 19 日

目 录

期待“美学之夏”

——丛书代序	(1)
--------------	-----

第一编 全球化与中国美学

文化多样性与中国美学建构	(3)
美学之死与美学的复活	(14)
什么是中国美学?	(19)
美育与社会改造	(29)
20 世纪西方美学的三次转向	(41)
西方思想对 20 世纪中国美学的影响	(56)
“和谐美”思想的发展与当代中国美学的选择	(68)

第二编 中国文学在全球化时代的境遇

论文学理论建构的思想资源	(79)
中国文学理论困境和重建的可能性	(90)
鲁迅:从网上评选说开去	(96)
诺贝尔文学奖与中国	(105)
论文学史书写中的双向互动关系	(118)
文学理论有明天吗?	(127)
中国文学的身份与姿态	(131)
当中国与西方相遇	(139)
叙事:一种考察文学的新视角	(150)

第三编 艺术与文化的全球性

赛博空间与文化多样性	(157)
艺术研究呼唤比较的视野	(164)
现代艺术对艺术概念的挑战	(169)
中国绘图像什么?	(187)
艺术与人的动作痕迹	(194)
东方想象	(201)
仿造的根源	(205)

第四编 学科建设与建构性的后现代

谈谈人文学科与社会科学	(217)
什么样的印迹?	(222)
“汉学”杂谈	(229)
理论的功能	(237)
传统文化的抢救与更新?	(246)
文化生产的地方特色与全球化	(257)
现代性的另一面及其后现代的审视	(262)

第五编 比较视野下的美学与文化:行进中的思考

建构现代形态的中国美学——访谈一	(271)
美学、文化与教育——访谈二	(287)
国际视野中的中国当代艺术——访谈三	(299)
经验与实践:兼论杜威美学和美学中的实践观	(314)
后记	(330)



第一编 全球化与中国美学

文化多样性与中国美学建构

几年前,我曾发表过一篇文章《全球化与中国美学》。那篇文章的英文本登在 2004 年的《国际美学年刊》上,受到好评。但同一篇稿子的中文本,在国内出现一些不同的意见,有同行认为我的观点偏保守。我很想参与这一讨论,但又无法对所有的不同意见一一回答。我想,最好的回答,还是将自己的意见说清楚。

一、“文化多样性”思路的由来

在近年来,全球化是理论界的一个热点问题。全球化可以分多个方面,其中包括经济、金融、交通和通讯等等。关于“文化”是否可有全球化的问题,理论界有争论。随着各民族和各国家在经济方面的全球联系越来越密切,它们不可避免地在文化上会相互影响。但是,这种相互影响是否能被称为全球化,在理论界有着不同的看法。有一种看法

* 本文原系在中国社会科学院文史哲学部报告会上的讲稿,发表于上海《学术月刊》2007 年第 5 期,收入本书时略有修改。

认为,这就是文化的全球化。当人们在生活方式上趋同,虽身在地球的不同角落却都用着同一个牌子的牙膏和洗发水时,当电视、网络等媒介造成了全球信息共享时,要求人们的头脑生产出不同的精神产品已经是奢望。经济决定文化,经济的全球化带来了文化的全球化。另一种看法则认为,不同民族、不同传统的人们之间随着文化的交流,尽管会产生相互之间的理解,在精神产品生产方面会相互启发,却不等于在文化上会走向一体化。物质产品生产方面的趋同,不能抹平精神产品生产方面的差异。相反,我们必须做出努力来保护这种差异。我们需要一个“和而不同”的世界。不同文明各自保存自己的特点,又通过相互对话的方式达到一个和谐的世界,这才是我们应该为之努力的方向。不同文明各自保存自己文明的因子,从而在文明间保存差异,这是人类创造力的源泉,只有保持这种差异,世界文化才能有一个丰富多彩的未来。从这个意义上说,文化全球化会是一个使人误导的口号。与此相反,文化多样性才是一个我们所希望的未来社会的前景。是文化全球化还是文化多样性,在理论界展开了激烈的争论。

有关这一争论,我想先介绍一些情况。2002年,联合国教科文组织通过了一个《文化多样性宣言》。2005年,联合国教科文组织又通过了一个《文化多样性国际公约》。

这个宣言和公约所包含的主张是在法国和加拿大等一些国家的推动下,逐渐为国际社会所接受的。面对着强大的,以音像业为代表的美国文化产业,加拿大和一些欧洲国家文化艺术界的从业人士认识到,必须以国际公约的形式,以及通过理论和宣传方面的工作,强化文化多样性的意识。目前,WTO等国际贸易方面的公约,代表着经济和贸易方面的全球化要求。这些公约的目的在于打破国家间的关税壁垒,使商品自由流通。由于文化产品也被看成是商品,这些国际间的公约造成的结果是,一些文化产业的实力还不够强大,或者还没有建立起自己文

化产业的国家,就会在这样的贸易中处于被动的地位。主张“文化多样性”的这些法国、加拿大和其他一些欧洲国家的文化艺术界的从业人士提出,文化不仅仅是生意问题,文化产品不是一般的商品,而是特殊的商品。如果听任这种贸易自由化的发展,就会冲垮文化产业方面还不够强大的国家的文化根基。其结果是,人们在文化产品的消费方面走向单一化,我们将生活在一个在文化上单调无味的世界之中。

“文化多样性”的口号,虽然最早是美国以外的一些西方国家提出的,但对于广大第三世界国家也是有利的。特别是像中国这样一个有着自身悠久文化传统的国家,怎样在全球化的浪潮中保护自身文化传统的因子,在现代化的过程中走自己的文化发展之路,这是一个重要的课题。我们所面临的问题,与非美国的西方发达国家有不同之处。例如,对于这些西方国家来说,他们更重视的是保护自己的文化创意产业,使之不被美国的通俗文化和依托大资本而发展起来的音像业冲垮;而对于第三世界国家来说,保护自己的传统文化,让这些国家的文化创意产业有着良好的起步,有良性的培植空间,这样的任务就显得更加突出。但在“文化多样性”这一点上,我们有着许多共同的利益和共同的认识。

理论界关于“文化全球化”与“文化多样性”的争论,如果放在对人类未来前景的纯粹猜测层面上谈,当然可以永久地争论下去。但是,理论总是为现实目的服务的。如果我们换一个思路,从我们的文化战略的角度来考察,则显然可以看出,“文化多样性”是一个我们可取的,更好的理论。

二、文化多样性背后的美学依据

文化多样性的建设,需要公约的保护,需要政策和种种具体的措

施,那些只是政府行为。如果说,文化多样性只是为了保护民族文化产业,为它的成长壮大获得经济上的竞争力,从而减少以至消除文化产品贸易上的逆差,那么,这还只是权宜之计。当然,生意问题是重要的,我们在任何时候都不能忽视。中国不能只向外国人卖服装、皮鞋和玩具,也要向他们卖电影和音像制品。看到人家用“花木兰”和《西游记》这些题材拍了动画片,赚了大钱,会给我们一个启发。许多事情我们本来也是可以做的。文化产品方面的贸易逆差要解决。中国的文化产品要走向世界。但是,仅仅从生意的层面看问题,显然是不够的。

在文化产品的生产上,“全球”与“地方”有着种种复杂的关系。传统的艺术,属于一种“为地方的地方”。它们在全球化的潮流面前受到挑战。怎样使这些艺术在现代化的环境中生存下去?这当然需要严肃对待。在全球化的浪潮面前,许多传统的艺术,都面临消亡的危险。我们当然可以用种种方法将它们记录下来,即保护一些物质的和非物质的文化遗产。这种保护,是在两个层面上进行的。一是将之记录下来,使之博物馆化,成为化石。这当然是不可避免的,随着现代化进程,必然会有一些文化艺术形式走进博物馆。没有博物馆,它们就不存在了。博物馆毕竟给它们留下一块栖生之地,使它们成为过去时代的记录。但是,与这种博物馆化的文化传统相比,更重要的是另一个层面的工作。这就是使传统活下去,在新时代、新环境中获得新的生命力。这是一个艰难得多的工作。让青年一代接受传统艺术,让传统艺术在变化着的时代,在电影、电视和网络时代保有生存空间,这是一件非常艰难的工作。在这方面,做选择,运用现代科技进行改造、使传统文化艺术形式进入青年教育之中,也许是一些解决办法。

目前,存在着一种“为全球的地方”,即选用一些传统文化的因素,按照外国人的趣味生产文化艺术产品。这包括一些电影,也包括一些表演。一些这方面的从业者走火入魔,用一些本土元素,却端出一盘盘

自以为西方人会喜欢的大菜。这些东西中国人看了不喜欢,但创作者的策略是,只要西方人喜欢,形成了国际影响,中国人只好承认。当然,这里的所谓西方人喜欢,还包括两种,一种在国际上得大奖,按照一种国际奖高于全国奖,全国奖高于地方奖的逻辑,迫使国内的人接受。国际高于全国,全国高于地方,这本来是存在着同一标准的体育比赛的逻辑,被用到并无同一标准的文化艺术的产品的评奖上,本来就是错位的。也许,在体育上本来也没有同一标准。奥运会要“更高、更快、更强”,中国的太极拳、印度的瑜珈,则要“更慢、更柔”。一些非西方民族接受奥运会,力争在这个起源于西方的体育概念中获得好的成绩,这本来就是利弊参半。接受了一些好的运动,但对民族运动又构成压制。也许,现实的解决办法是,一方面不将奥运模式看成是惟一的运动模式,建立其他模式,另一方面使非西方的运动有选择地进入到奥运项目之中。但是,由于理论界没有将之说明白,媒体一味炒作,文化艺术与体育被当成了一回事。除了这种国际评奖模式以外,还有一种情况是一些商业性制作。这些制作连这种评奖所要求的一般艺术性也放弃了,直接将能够在市场上获得成功的一些要素拼接在一起,利用文化上的差异所造成的西方人猎奇心理而获得成功。对此,有人总结说,这叫做“只有世界的才是中国的”,“全球性”或者“国际性”反过来成了在“地方”推销的手段。

这里面,有着大量的进行理论思考的需求。理论上无所适从,用策略代替理论,只从个人成功之道而不从整体文化建设的角度来思考,这是文化建设方面所面临的最根本的问题。目前的情况是,从事理论的和从事实践的人无法对话。在文学评论方面,批评家的力量在弱化。如果他们还有作用的话,那也只是在推销、市场和宣传方面助其一臂之力而已。在艺术批评,特别是影视艺术批评方面,批评家和理论家的力量则更加微不足道。对于一些作品,无论批评家如何反应,所起的实际

结果,只不过是炒作而已。

面对这种情况,中国的美学工作者当然不应该缺席。但实际情况是,美学工作者没有参加讨论。一些具有全球性意义的作品,本来就应该首先是具有地方的意义,并因此而具有全球意义。这才是真地方,而不是为全球而造出的假地方。这方面的道理,应该做出清楚的阐释,做出理论的分析。没有理论或不讲理论,只有策略或只讲策略的时代的艺术,必然会走入迷途。

三、作为学科的美学与作为艺术实践总结的美学

“美学”作为一个学科,具有两面性。一方面,它是一个理论性很强的学科,另一方面,它又是一个实践性很强的学科。

“美学”(aesthetics)这个词是 1735 年由一个德国人鲍姆加登提出来的。人们一般将他称为“美学之父”。此后,经过康德、席勒、黑格尔等人的努力,这个学科逐渐成形。20 世纪是一个美学大发展的世纪,也是一个美学发生了重大转折的世纪。在 20 世纪初,成立一个“国际美学协会”。这个协会最早由当时的一些所谓“美学大国”,即英法德意等国人的美学家所组成。当时,这个组织完全是一个西方美学家的俱乐部。当时的美学被认为具有普世性。从这些国家所产生的美学研究成果,被介绍到许多“美学大国”以外的国家,被这些国家的人接受。中国人在 20 世纪初学会用“美学”这个词来翻译这门来自西方的学问,也在西方和日本的影响下,开始这门学科的建设。因此,对于当时的中国人来说,这门学科是引进的,具有普世性的。

从另一方面讲,美学又是关于审美和艺术实践的理论。每个民族、每种文化,都有着自己的审美和艺术的传统,都产生了对这些传统和自己正在进行着的审美和艺术实践的思考。这些研究成果,尽管没有形

成作为一个学科的美学,但都是对自己的审美和艺术实践的总结。从这个意义上讲,这些思考具有准美学的形态。这些思考所形成的材料,都是地方性、民族性,而不是普世性的。它们从具体的审美和艺术实践的基础上成长起来,与这些实践有着紧密的关系,但却不具有高度的理论性和抽象性。

在一些非西方国家,特别是像中国这样一个有着悠久文学和艺术的传统的国家,这种情况表现得尤其突出。尽管美学作为一个学科,在20世纪初才传到中国,但准美学形态的中国美学,却有着很长的历史。我们写中国美学史,要写两部历史:一是从老子和孔子,从《易经》和《左传》所包括的美学思想写起,一直写到晚清,那时,没有美学这个学科,用后来形成的美学这个学科的概念回溯古代材料,形成一部中国美学的史前史;二是从20世纪初开始美学这个学科的引进,中国人怎样介绍这些理论,并用中国的审美和艺术方面的材料来解说和证明这些理论,并围绕一些西方概念的理解而展开争论的历史。这两部历史所代表的精神在今天怎样合一,是一个重要的理论课题。

四、美学的形成和它在中国的传播

由于上面所说的这种情况,作为一个现代学科的美学,在18世纪才在欧洲形成,而20世纪初才传入到中国。这种传入,并不是一开始就与中国人的审美和艺术实践结合在一起。相反,美学是作为一个外国的学科,作为一个具有普世性的学科被介绍到中国的。当时的美学,只是“美学在中国”。“美学在中国”有两种形态,一种是直接介绍西方人的美学理论,另一种是用中国艺术的材料来解说从西方引入的理论。

在当时的情况下,引入西方的美学理论,是很重要的。前辈学者在这方面做出了很大的贡献,他们是美学发展的功臣。那种认为在中国