



四川省社会科学院
学术文库

众神狂欢：

后现代美学语境中的大众文化

王小平◎著



中国社会科学出版社



四川省社会科学院
学术文库

·
·
·

众神狂欢：

后现代美学语境中的大众文化

王小平 著



中国社会科学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

众神狂欢:后现代美学语境中的大众文化/王小平著. —北京:
中国社会科学出版社, 2018. 10
(四川省社会科学院学术文库)
ISBN 978 - 7 - 5203 - 3465 - 5

I. ①众… II. ①王… III. ①群众文化—文化研究 IV. ①G24

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2018)第 249717 号

出 版 人 赵剑英
责任编辑 喻 苗
责任校对 胡新芳
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 北京明恒达印务有限公司
版 次 2018 年 10 月第 1 版
印 次 2018 年 10 月第 1 次印刷

开 本 710 × 1000 1/16
印 张 23.75
插 页 2
字 数 378 千字
定 价 99.00 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

目 录

导论 大众文化与人的感性解放	(1)
第一章 分裂与阵痛：20 世纪文化的后现代转型	(72)
第一节 西方大众文化的兴起	(72)
第二节 中国大众文化的流行	(76)
第三节 大众文化的主要特征	(77)
第四节 中国内地大众文化的历史文化语境	(79)
第五节 遭遇抵制的西方大众文化	(83)
第六节 大众文化的价值和意义	(94)
第二章 尼采哲学与后现代思潮和大众文化崛起	(99)
第一节 尼采“反本质主义”的哲学精神	(101)
第二节 尼采：“哲学应该从身体出发”	(104)
第三节 20 世纪“身体美学”的建构	(114)
第四节 尼采与后现代主义和大众文化	(119)
第三章 巴赫金的“狂欢诗学”与西方当代文化理论	(129)
第一节 狂欢诗学与“文化政治”的改写	(130)
第二节 狂欢文化与 20 世纪美学的“身体政治”	(133)
第三节 狂欢诗学与西方当代文化理论	(144)
第四节 巴赫金狂欢诗学的后现代意义	(160)

第四章 法兰克福学派大众文化理论的片面性	(164)
第一节 西方马克思主义与法兰克福学派	(164)
第二节 卢卡奇“总体性哲学”的影响	(165)
第三节 法兰克福学派与西方理性哲学	(167)
第四节 法兰克福学派“对极权主义”的反抗	(170)
第五节 法兰克福学派的“精英主义情结”	(171)
第六节 法兰克福学派“意识形态操纵”理论	(175)
第七节 法兰克福学派“论大众文化的娱乐功能”	(178)
第八节 法兰克福学派批判大众文化的商品属性	(181)
第九节 法兰克福学派的“虚假需要”理论	(186)
第十节 法兰克福学派“美学偏见”溯源	(189)
第五章 法兰克福学派主要代表的电影理论	(199)
第一节 霍克海默和阿多尔诺的电影观念	(201)
第二节 本雅明“机械复制时代”电影理论	(208)
第六章 早期西方文化理论的缺陷	(211)
第一节 阿诺德和利维斯主义文化理论的保守性	(214)
第二节 麦克唐纳大众文化理论的偏见	(217)
第三节 法兰克福学派大众文化理论的专断	(222)
第七章 后现代美学与大众文化的感性回归	(229)
第一节 德国古典美学的诞生和影响	(231)
第二节 康德美学的理性主义特征	(233)
第三节 后现代：告别康德的“非功利非欲望美学”	(240)
第四节 20 世纪电影与美学的感性回归	(243)

第八章 后现代美学与中国影视文化	(249)
第一节 20 世纪 90 年代的中国影视文化	(249)
第二节 后现代影视文化与“娱乐至死”	(251)
第三节 当代视觉文化的“解放政治”	(253)
第四节 当代视觉文化与后现代美学	(256)
第五节 资本操纵下的当代视觉文化	(259)
第九章 后现代语境中的中国电影叙事	(264)
第一节 20 世纪 80 年代的“启蒙叙事”	(266)
第二节 跨代际的“底层叙事”	(267)
第三节 跨世纪的“狂欢叙事”	(270)
第四节 后现代电影的“奇观叙事”	(272)
第十章 网络时代的文化“大众化”和“民主化”	(276)
第一节 网络文化与后现代的关系	(276)
第二节 网络与人类的“身心狂欢”	(279)
第三节 网络与后现代的“文化民主”	(282)
第四节 后现代制造的“网络民主幻象”	(287)
第十一章 “微时代”的后现代美学征候	(289)
第一节 现代性的“碎片化美学”	(291)
第二节 后现代美学对“总体性”的拒绝	(296)
第三节 新媒体时代的“碎片化美学”	(302)
第十二章 后现代“微信传播”与当代青年文化景观	(317)
第一节 视觉文化为主的“碎片化”传播	(319)
第二节 “日常生活叙事”取代“宏大叙事”	(324)
第三节 幽默的“话语修辞”及“话语模式”	(329)
第四节 后现代“身体关怀”下的“审美强迫症”	(335)

4 / 众神狂欢：后现代美学语境中的大众文化

第五节 “微信”与“文化共享”及“认同政治” (341)

第六节 微信交往与后现代“健全人格”建构 (353)

结束语 (357)

参考文献 (363)

后 记 (373)

导 论

大众文化与人的感性解放

英国的迈克尔·奥肖内西曾经说过：“大众文化是指人们在紧张工作之余所进行的消遣娱乐活动。在消费者看来，这种活动能使他们得到快乐和满足。第二，‘大众’这个词包含两层含义：‘大众’文化的本意是指‘平民’文化和民众及工薪阶层的文化追求，这种文化是由人民创造的，同时也是为人民服务的。‘大众’文化的第二个含义是指那些通过大众传媒迅速简捷地传播的为广大民众所消费的文化形式。”^①当然，我们认为，消遣娱乐活动还不能完全等同于大众文化，只有部分通过创造和机械复制技术、工业化生产进行过“文本化”的形式，才称得上大众文化。

一 电影电视和电视娱乐节目与20世纪的狂欢文化

从19世纪末迄今，世界文化翻天覆地的巨变在于“影视文化”的出现以及“网络文化时代”的到来。电影1895年诞生在法国，按照法国电影理论家安德烈·巴赞的观点，电影是人类“永生”和“不朽”祈求的“木乃伊”情结，即希望将自己在大地上生活过的记忆保存下来，传之后世，实现“超越生命有限性”的愿望，即巴赞说的“电影是用形式的永恒去克服岁月流逝的原始需要”。真实地铭刻、完整地保存人的生命活动是所有“视觉文化”最原始的动机，人类这一心路历程经历了万年以上的努力才最终完成，从旧石器时代的洞穴壁画、岩画

^① [英] 安德鲁·古德温、加里·惠内尔编著：《电视的真相》，魏礼庆、王丽丽译，中央编译出版社2001年版，第61页。

到后来新石器时代的彩陶艺术、象形文字、写实绘画、雕塑，到工业革命发明的照相机，再到19世纪末的电影产生，它们共同勾勒了电影孕育、诞生、发展的过程。通过视觉文化来记录过去、保存过去是整个“视觉文化”发展历史的共同特征，因此，视觉文化从一开始就带有“怀旧的情结”。最早的图像是对人类生活的“瞬间记录”，“碎片化”保存，而且主要是在朝着不断接近真实现实的方向努力。如洞穴壁画、岩画、绘画、雕塑、照片都是这一过程的记录。但它们尚不能完整地记录人类的动态的生活过程，只有到了电影产生后这一梦想才彻底实现了，那就是通过视觉和听觉结合的方式记录一段人类的生活历史。最早的电影遵循前现代的线性时间规律，以“流水账”式的“长镜头”方式拍摄、记录生活的画面，没有对拍摄的画面做“切割处理”，在那时，剪辑技术尚未诞生，也没有用蒙太奇的方法去改变时间和空间的企图，一切都还在孕育之中。当然电影一开始除了记录现实的特点以外，还有就是具备满足人类娱乐需要的特点，因此最早的电影本质之一就是“杂耍”，“杂耍”意味着电影带有“逗乐”“搞笑”的喜剧特点，可以说，它综合了“马戏团”和“杂技团”的功能，如后来卓别林的喜剧电影其表演、逗乐的成分就非常明显。卓别林的表演甚至被当代的电影理论家视为“美国式幽默”的符号。“卓别林（Chaplin）的喜剧往往被认为有着‘美国的那种天生的娱乐才能’所散发出来的‘普世’魅力。”^①不可否认，早期电影带有不可避免的缺陷，如纯粹的“杂耍”性质就是其中之一。国外学者冈宁指出：“许多早期电影的叙事（由于早期电影的技术所限）只是一种用来展示各种可能性的工具，展示那种游乐场里的‘娱乐’（attractions），用来惊吓、刺激观众和引起他们的好奇心。这些电影和马戏或游乐场的娱乐节目并无二致——也许就像在街上展示商品一样。”^②不仅如此，逗乐、搞笑的刺激性也大大强于纪实性，这种刺激性的特征是后来“奇观化”电影的原始文化基因。当我们回望早期的电影，因为科技和化学工业的尚不发达所限，没有声音和色彩，在现

① [英] 吉尔·布兰斯顿：《电影与文化的现代性》，闻钧、韩金鹏译，北京大学出版社2012年版，第18页。

② 同上书，第31页。

在看来显得单一、沉闷，但在当时已经是文化娱乐领域里一次最伟大的飞跃。“现存的早期电影都是黑白的默片，片长较短，磨损严重。不同欣赏趣味的人对它们有着不同的看法，有的人认为它们具有一种诡异的幽默感，也有人感觉它们具有一种神奇的、无需语言表达的、放之四海而皆准的魅力，是一种‘视觉上的世界语’（visual Esperanto）或是通用语。”^① 不管怎么说，早期电影既是工业革命带来的“现代性”的象征，也是后现代的预言者，它的不断发展，必将把“静态的”“线性的”“单一的”前现代和现代电影美学，带进“动感的”“开放的”“多元的”、震惊的后现代电影美学时代。声音和色彩的出现，剪辑技术的诞生和蒙太奇技术处理的成熟，是电影的第二次革命和第三次革命。它不但从审美的主要感官，即从视觉和听觉的层面满足了人类的多样化需求，“还原”一个五彩缤纷的自然和社会生活，而且也满足了人类超越时间和空间限制的梦想、怀旧的愿望，而这些特点构成了后现代电影美学的原始源泉。后现代电影美学就是在巨额资本、发达的工业技术、电脑数码技术的支撑下，通过制造“震撼的奇观”“虚拟的世界”，不断从人性的需求出发，尽其所能地满足五官感觉的需要，让人沉浸在幻想、想象的“乌托邦”世界里，做着幸福的梦。在后现代，现实的真假，故事的叙述都已经不重要，重要的是娱乐、刺激、奇观的生产，如战争片、动作片、科幻片、黑帮片、惊悚片、僵尸片等电影的出现。借助这些“技术的魔杖”，晚期资本主义轻松地实现了“文化的工业化”和“商业化”。正如迈克尔·艾伦所说：“自1950年代以来，电影技术的发展背后有着很复杂的驱动力，电影技术一方面更注重塑造一种更强、更逼真的‘现实感’（realism），另一方面又要拍出更为动人心魄的场景……所有50年代以后发展起来的技术体系都是朝着一个目标发展的，那就是要削弱观众的‘现实感’，并代之以一个逼真可信的人造世界。有的场景在现实生活中是不可能出现的，比如《终结者2》中的机器人随意变形的特效。这个特技的影像必须非常成熟，要像‘照相写实主义’（photo-realism）那样逼真，这样才可以让观众相信：在现实生活中，如果铺了地砖的地面慢慢

^① [英] 吉尔·布兰斯顿：《电影与文化的现代性》，闻钧、韩金鹏译，北京大学出版社2012年版，第17页。

变成了一个人，那就是银幕上展现的那个样子。”^① 后现代电影追求奇幻效果，主要体现在美国电影的风格中，科幻和3D数码特效已经将“娱乐至上”的大众文化推向了史无前例的“奇观化”巅峰。

电视和电影相比，它更是典型的后现代传媒，也是今天最重要的大众文化之一，催生了为人们提供精神享受、文化消费的电视剧。电视诞生于20世纪30年代，1936年英国开始电视信号传输，而美国则在1939年才开始。电视被称为20世纪的“奇观”，它的诞生也经历了漫长的孕育、孵化过程，技术的发展是电视的孵化器。“像大多数的发明一样，电视和早期技术的发展是密不可分的，它并不是‘创造性天才’的产物。电视的历史可以追溯到收音机、电影、摄像、阴极射线和电子照相的发展。尽管电视技术的雏形已经出现了一段时间，但直到20世纪20年代中期，试验性的电视广播才得以实现，匈牙利、苏联、美国、德国几乎同时或多或少地进行了试验广播。”^② 电视最后也不免像电影一样，其持久的生命力必须依赖于强大的娱乐功能。“在20世纪50年代，电视在欧洲和北美逐渐超过电影，成为最流行的娱乐媒介。这种现象伴随着工业化的进程和生活水平的提高，又迅速蔓延到整个世界。”^③ 最后，电视在20世纪60年代成为取代电影主导地位的大众传媒。电视像电影一样，一诞生就处在了争议的漩涡之中，有的将其视为带来福祉的“天使”，有的则将其贬低为祸害众生的“恶魔”，他们形成了评价电视的“悲观主义”和“乐观主义”。^④ “‘悲观主义’同所谓的‘大众文化理论’（mass culture theory）联系在一起，他们倾向于强调媒介产品的千篇一律，以及这种复制性在造成观众思想的被动、苍白上所负有的不可推卸的责任。根据这种观点，电视是一种大众的鸦片——马克思用这个词来描述宗教的作用。文化悲观主义者关注着美国及其跨国娱乐产业的强大的、具有侵蚀性的影响；关注着电视对社会群体模式化的描述方式；关注着电视的内容，特别是有关性和暴力的内容对观众的负面影响；关注着电视的商业化，

① [英] 吉尔·布兰斯顿：《电影与文化的现代性》，闻钧、韩金鹏译，北京大学出版社2012年版，第100页。

② [英] 大卫·麦克奎恩：《理解电视》，苗棣等译，华夏出版社2003年版，第2页。

③ 同上。

④ 同上书，第3页。

电视‘公共服务’责任的缺乏，以及电视的意识形态化作用对我们看待世界的方式的控制。”^①

最早的电视功能在于传播信息，但很快就转向为大众提供娱乐的方向。1936年，英国广播公司在伦敦北部的亚历山大宫第一次播送了电视节目。1939年，美国广播公司开始定时进行电视广播。1951年，杜鲁门总统借助电视在对日和约会议上发表演说。从20世纪30年代开始，美国的电视广播就有滑稽和综艺节目的出现，但那还是和早期电影一样，是一种带有“杂耍”性质的娱乐节目，不是严格意义上的艺术。而流行至今的“肥皂剧”（Soap Operas）在20世纪30年代的美国就已产生，“肥皂剧”一词用来指称20世纪30年代美国经济大萧条时期由皮洛科特（Proctor）、甘博（Gamble）等肥皂粉制造商赞助的广播剧栏目。“肥皂剧是一种连续式的戏剧类节目，一年里播出52周，通过连绵不断的故事情节来表现家庭主题、处理个人的或家庭的关系，在每一集里剧中人物不多。”^②肥皂剧起初遭到很多人的抵制，虽然从经济上说给媒体机构带来了可观的收入，有大批的受众，收视率很高，“很多人喜欢虚构的戏剧、模式化人物的幽默和情景喜剧式的情节，将其视为逃避主义者的娱乐”^③。有的人认为，肥皂剧对观众来说就像吸毒一样具有成瘾性，并且带有麻醉人生的作用。因为肥皂剧的观众大多数是家庭妇女，所以肥皂剧被人们普遍认为其受害者首先是家庭妇女，她们沉溺其中，不能自拔。“肥皂剧通过实例教给妇女们放弃理想所带给她们的真实的、终极的满足而倾心于一系列不真实的、琐碎的快乐。那些琐碎的快乐，收买了观众，并使她们看起来心甘情愿地趋同于这个将她们置于次要地位的体系。这种观点认为妇女不论作为一个群体还是作为个体都被她们的快乐损害了。”^④1955年，美国广播公司播出华纳影片公司制作的西部连续剧，受到观众的热烈欢迎。^⑤“四十年代哥伦比亚公司请来了甲壳虫乐队和猫王普里斯

① [英] 大卫·麦克奎恩：《理解电视》，苗棣等译，华夏出版社2003年版，第3页。

② 同上书，第28页。

③ 同上书，第33页。

④ 同上书，第37页。

⑤ 周星等：《影视艺术史》，广西师范大学出版社2005年版，第69页。

利，他们极受欢迎。”^①可见，电视击败电影，取代电影地位的武器，依然是电影赖以生存的“娱乐大众的功能”。电视作为后现代媒体的表征开始于20世纪50年代，那时第二次世界大战刚刚结束，世界进入冷战时代，意识形态的斗争逐渐降温，西方学者将其称为“后工业社会”。它以发达的技术和信息为特征，旧有的阶级不复存在，绝对正确的东西受到了质疑，电视这种新媒体的诞生彻底改变了传统的价值观念。这一时代征候特别体现在美国，正如杰姆逊在20世纪80年代所说：“美国人在五六十年代发现了一种崭新的东西，那就是信息、媒介，如电视等；电视在五十年代初极快地发展起来，进入了每一个家庭，正如今天的录像机，几年以前还只是极有钱的人才能享受，而现在几乎是成千上万了。电视的出现和收音机有着截然不同的意义；收音机几乎是二三十年代统治者的惟一媒介，其代表人物是希特勒及美国的罗斯福（Theodore Roosevelt）。电视出现后，代替收音机成了最基本的媒介，而且随着电视的出现，广告得到了爆炸性的发展。广告及广告形象这一问题就成了我们所称的后现代主义的中心问题，因为电视广告以其速度之快和效果之好完全突破了旧有的广告形式。”^②当然，广告的兴盛更主要地也与西方发达国家的经济从生产型进入消费型相关，产品必须借助广告刺激消费者的欲望才能成为被消费的商品，资本主义的经济方能继续下去，它推动了西方后现代的消费主义到来。而电视真正的兴盛是在20世纪60年代，那是一个在资本主义大工业推动下大众文化流行的时代，也是现代主义向后现代主义急剧转型的时代，电视呼应后现代“告别理性文化”，张扬人的感性欲望的潮流，由提供新闻信息、产品信息和服务信息迅速转向满足人的精神、娱乐需求，像所有大众文化一样，在后现代，提供娱乐是电视吸引观众眼球的秘密武器，在西方，带有娱乐性质的游戏类节目出现在20世纪50年代，直到80年代依然是广受欢迎的电视节目，这主要得益于它所具有的广泛的、平等的参与性和令人愉快的娱乐性。约翰·菲斯克认为游戏类节目具有教堂礼拜仪式一样的神圣性和广泛参与的快感。他将

① 周星等：《影视艺术史》，广西师范大学出版社2005年版，第71页。

② [美]杰姆逊：《后现代主义与文化理论》，唐小兵译，北京大学出版社1997年版，第159页。

电视的游戏节目的仪式性定义为：“将不同年龄、背景和社会地位的人们聚合在一起，分享一种共同的体验，以创造共有的意义和统一的身份的活动。例如，教堂礼拜就是一种仪式，在其中所有的人都是平等的，并被平等地对待。仪式的因素在游戏节目的开头和结尾尤其明显，在那些时刻，参赛者享有相同的时间和演播室里同样有利的位置，并且与主人和‘参与的’观众一起了解游戏的程式和规则。”^①而中国的电视虽然在1958年就开始播送节目，但由于技术的限制，电视的影响范围还很窄，属于小众传播，电视生产在改革开放后才大规模进行，电视的普及直到20世纪80年代才得以实现。与西方一致的是，最早的中国电视也是作为传播信息、宣传国家主流意识形态的工具出现的。1960年春节，北京电视台（后改名为中央电视台）开始组织综合性的文艺晚会，从此增强了电视的娱乐文化的比重，于是文艺的“去政治化”，即淡化政治内容，以“健康的笑”为特征的舞蹈、戏剧、相声成为节目的内容，出现了三次“笑的晚会”。“第一次‘笑的晚会’于1961年8月31日播出，节目内容是相声，受到人们欢迎。第二次‘笑的晚会’以相声为主，增加了话剧片断、独角戏、洋相和笑话。1962年国庆前夕，第三次‘笑的晚会’开场了，这次晚会特邀北京电影制片厂的导演谢添和著名相声演员侯宝林担任艺术指导，特邀的导演是青年艺术剧院的杜澎，电视导演是王扶林。他们着重表演，减少说唱，加强形象性，晚会以表演小品为主，在当时引起争议。‘笑的晚会’影响是深远的，20年后以相声、小品为主的春节联欢晚会从内容到形式都受到‘笑的晚会’启发。”^②随后的“文化大革命”时代，广播电视业成为“极左路线”进行阶级斗争、政治斗争的工具，电视文艺也只剩下“一枝独秀”的样板戏，从此“笑的晚会”在电视上销声匿迹。“文化大革命”结束后，“中国大陆电视艺术重新焕发生机。诗歌朗诵会、革命历史歌曲、‘文革’以前的电影、外国影视片等如雨后春笋般出现”^③。1983年，中央电视台的春节联欢晚会掀起了新时期电视娱乐文化的第一个高潮，“造就了几千年以来传统年节中没有过的春节新民俗”。

① [英] 大卫·麦克奎恩：《理解电视》，苗棣等译，华夏出版社2003年版，第67页。

② 周星等：《影视艺术史》，广西师范大学出版社2005年版，第213页。

③ 同上。

当然，电视除了它的强大的娱乐功能外，还有更深广的文化因素使它成为后来者居上的传媒翘楚。电视是对电影艺术这种相对封闭、精英化、高雅化、严肃化、艺术化的“文本范式”的“改写”和颠覆，它的“参与性”“互动性”“可控性”（遥控板将观众变成了主人，观众可以选择看或者不看）决定了它比电影更加“民主”“开放”和“分享”的性质。电视的“可控性”满足了受众在文化消费上“自由选择”的民主想象，它的“参与性”和“互动性”，一方面实现了观众亮相银屏、“像明星那样生活”的梦想；另一方面，在电影中只能被动接受的观众还有可能成为电视录像现场上被邀请的“主人”，和电视节目主持人、嘉宾一道参与“造梦”的过程。电视像一个人人都有可能加入的“公共空间”，其节目的制作不像电影那样把普通的观众挡在门外，以维护它的神秘性，因此，电视的制作较之电影更具有“开放性”和“透明性”。它的纪实性风格，对现实的“仿真”模仿，瓦解了长期以来“艺术高于生活”的观念，消解了艺术与生活之间的距离，相比电影来说，具有显著的“真实感”和“现场感”，并使之更加贴近民众的生活和情感，这也是后现代文化的典型特征之一。

娱乐是所有艺术传达意义的载体、工具，也是艺术存在的主要价值所在。其实，从艺术发展的历史角度看，艺术从一开始就包含了娱乐的目的，它经历了从“娱神”到“娱人”的转变，这在中国文字由“美”（带着羊的面具跳舞祭祀图腾祖先）、“巫”到“舞”的演化过程就可看出。古代巫师的“跳神”是“娱神”的宗教活动，具有连接神和人的作用，在“娱神”的同时传达“神”的旨意，帮助人实现愿望，即向祖先的神灵祈福，要求保护（即“巫”具有“绝地天通”的功能）。原始宗教色彩淡出后，神的世界变成了人的世界，“舞蹈”也由“娱神”变成了“娱人”的审美游戏活动，体现的是生命的激情和愉悦。只是在后来，艺术的教育、驯化功能被统治阶级所利用，压制了艺术本来就有的娱乐功能。娱乐同时又是与人热爱游戏、喜欢自由的天性相关，人与动物一样，在温饱问题和安全问题得到保障后就会有“游戏”、娱乐的需要。游戏是与人的审美自由冲动相似的活动，正如德国哲学家席勒所说，只有自由的人才游戏，只有游戏的人才自由。这里的自由指的是物质生活满足后的精神需要、情感需要、娱乐需要。自由在现代社会也表现为剩余劳动时间的出现，即闲暇时间的增多。有了剩余的闲暇时间，人们就会将生活和工作中被压抑、积郁的情

感宣泄出来。因此,在英国的科林伍德看来,“娱乐是以不干预实际生活的方式释放情感的一种方法”^①。他把人的情感过程分为负荷阶段(兴奋阶段)和释放阶段,情感一旦兴奋,就必须释放。艺术给人们提供了这样一个“放纵自我”的自由空间。“人在娱乐艺术中所产生的情感就在娱乐艺术所创造的虚拟情境中得到了释放。”^② 艺术发展到后现代,更加强调情感消费,即娱乐大众的功能。这是资本主义发展到晚期,利用欲望实现资本增值的必然结果,也是资本主义从禁欲的“清教时代”发展到后现代纵欲的“消费主义时代”的必然结果。“在现代社会,资本在利益的驱动下,对人的娱乐需要展开了不遗余力的开掘”,“娱乐艺术的发展承受着来自两个方面的压力,一个方面来自于资本,一个方面来自于大众。资本喊着要获得利润,大众喊着要获得快感。资本利润是一个不见底的深渊,大众的快感更是个无底洞。一种激起快感的方式,过不了多久就会失效,开发一种新的方式就落在这些聪明的‘艺术家’‘企划家’身上。所以,有人说,现代社会是生产快感的社会”。最后的结果是资本家和艺术家的合作共谋推动大众文化的娱乐化和商业化。这一现象在美国的电影产业中尤为突出:“美国电影工业有着一贯的目标,它是要通过大规模的制作、发行,宣传、放映电影,向付费的观众讲述娱乐性的故事,从而挣钱获利。”^③ 关于电视等大众文化与娱乐的关系,英国的迈克尔·奥肖内西认为,作为后现代典型的文本形式,电视逐渐远离了严肃的意识形态关怀,更加契合民众享乐的要求,电视的功能主要不再是传播思想,履行它的认识功能和教育功能,而是制造快乐。这也是电视迅速抢占了娱乐消费市场,压倒电影的根本原因之一。娱乐取代意识形态从而取得统治地位与整个20世纪文化由“现代主义范式”向“后现代主义范式”的转型密切相关。现代主义是理性的文化,重视理性、思想,后现代主义是以反叛理性压制、要求感性解放的文化。感性解放的一个重要维度和标志就是人们对快乐的要求越来越强烈。“20世纪70年代对电视的批评集中于揭示它在意识形态方面的作用,而忽

① [英] 罗宾·乔治·科林伍德:《艺术原理》,王至元等译,中国社会科学出版社1985年版,第98页。

② 于菲:《文学与娱乐》,《文艺评论》2007年第5期。

③ [英] 吉尔·布兰斯顿:《电影与文化的现代性》,闻钧、韩金鹏译,北京大学出版社2012年版,第13页。

视了它在娱乐方面的作用，这在吸引观众方面是最重要的。毫无疑问，现在的电视广播公司在财力、装备以及专业技术人员方面处于绝对优势，制作出大量的娱乐性节目，因此，对观众来说（包括我在内），娱乐性会比思想性更为重要。持激进态度的电视广播公司，如果它能给观众提供娱乐，它肯定能成功。”^①

中国于20世纪80年代以后，无论是文学还是影视艺术，都表现出“娱乐性”比“思想性”更重要的倾向，它反映了后现代主义时代人们在文化上的价值取向，对艺术深度模式的放弃，对道德、理性、绝对真理观念的叛逆。同时也是随着都市化、商业化、世俗化时代的到来，对中国传统的文艺观念的一次重大的突破，中国古代的文学艺术强调政治、道德教化作用，而艺术的娱乐功能是处于次要地位的。在这一点上，西方文化与中国文化具有相通性，希腊哲学的基础，甚至可以说西方文化的基础，都是苏格拉底奠定的，他强调“知识”和“德性”对于人生的重要性，人如果要过正常的生活，离开了“知识”和“德性”二者的无论哪一方面，都是毫无崇高性可言的。在当时，“他清楚地看出，流行的伦理的和政治的谬论产生于对真理意义的全盘误解，全部情况的关键在于知识问题。怀有这种信念，对人类理性有解决那时代实际困难的能力抱有乐观的信心，他肩负起他的任务。他心目中目标不是建立一个哲学体系，而是激发人们爱真理和德性，帮助他们做正确的思维，以便他们过正当的生活”^②。所谓“正当的生活”就是追求知识和德性的生活，苏格拉底认为“善是世间万物永恒的本质”，知识就是至善，它们与人的幸福和快乐直接相关。他告诫人们“钱不能给人德性”，因此金钱并不一定能给人带来幸福，美德却会给人带来快乐和幸福，他说：“一切诚实和有用的行动和趋向使生活无痛苦而快乐。因此，诚实的工作是有用和好的，美德和真正的幸福是一致的。”^③ 苏格拉底的伦理和哲学思想主导了西方两千多年，并且直接影响了他的弟子柏拉图，他们师徒俩开启了西方漫长的理性哲学之路，其主要特征就是排

① [英] 安德鲁·古德温、加里·惠内尔编著：《电视的真相》，魏礼庆、王丽丽译，中央编译出版社2003年版，第12页。

② [美] 梯利：《西方哲学史》（增补修订版），伍德增补，葛力译，商务印书馆1995年版，第51页。

③ 同上书，第58页。