

中国传媒大学博士后文丛

# 审美化生存

——消费时代大众文化的审美想象与哲学批判

ZHONGGUO CHUANMEI DAXUE BO SHI HOU WEN CONG

傅守祥 著

中国传媒大学出版社



中国传媒大学博士后文丛

# 审美化生存

消费时代大众文化的审美想象与哲学批判

SHENMEIHUASHENGUN

ZHONGGUOCHUANMEIDAXUEBOSHIHOUEWENCONG

傅守祥 著

中国传媒大学出版社



## 图书在版编目 (CIP) 数据

审美化生存：消费时代大众文化的审美想象与哲学批判 / 傅守祥  
著. —北京：中国传媒大学出版社，2008. 1

(中国传媒大学博士后文丛)

ISBN 978 - 7 - 81127 - 137 - 9

I. 审… II. 傅… III. 审美分析—文化—研究 IV. B83-05

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 014122 号

## 审美化生存：消费时代大众文化的审美想象与哲学批判

---

作 者 傅守祥  
责任编辑 蔡开松  
责任印制 曹 辉  
装帧设计 大鹏工作室  
出 版 人 蔡 翔

---

出版发行 中国传媒大学 出版社 (原北京广播学院出版社)  
北京市朝阳区定福庄东街 1 号 邮编 100024  
电话: 86 - 10 - 65450532 65450528 传真: 65779405  
<http://www.cucp.com.cn>

---

经 销 新华书店总店北京发行所

---

印 刷 北京京晟纪元印刷有限公司  
开 本 670 × 970mm 1/16  
印 张 18.5  
版 次 2008 年 3 月第 1 版 2008 年 3 月第 1 次印刷

---

书 号 ISBN 978 - 7 - 81127 - 137 - 9/K · 137 定 价: 39.80 元

---

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换



序 一

## 文化“化”人 艺术“养”心

守祥师从浙江大学徐岱先生攻读文艺美学博士学位,凝聚三年心血铸就的这篇论文颇受好评。之后,又进中国传媒大学艺术学博士后工作站,把形而上的学理思辨与形而下的现实审美文化思潮的演进紧密结合,潜心深钻细研,再费两载功夫,于博士学位论文的基础上进而完成了这份题为《审美文化与审美范式研究》的博士后工作报告。我作为他的合作导师之一,有幸先睹为快,不仅深受启发,而且感慨万端。在物欲横流、世风浮躁,学术规范也受到猛烈冲击的当下,能如守祥者一方面以学子之孜孜求学态度,排除干扰,甘于清贫,坐冷板凳,做真学问;另一方面又怀赤子之满腔热忱,忧患天下,关注人类圣洁的精神家园的坚守,真是难能可贵,令吾辈肃然起敬。我衷心地祝愿他终生坚守住党和人民培养的知识分子的这种神圣职责、人格良知和学术操守,再接再厉,奋进不止,更加自觉、更加主动地为推动社会主义文化大发展大繁荣添砖加瓦、贡献微力。

守祥的这篇学理性、现实性极强的研究报告,我最称道的是有思想、有见解,其思维的锐敏和见地的独到,构成它基本的学术品格。面对世纪之交经济全球化和中国特色社会主义市场经济的强势,尤其是现代化电子技术普及引发的信息革命,人类社会生产力迅猛发展的同时,人文生态环境也遭到一定程度的破坏。多少专家学者



和志士仁人都对此密切关注甚至忧虑重重。守祥作为知识分子的后起之秀,直面这种严峻现实,以深邃的理论眼光旗帜鲜明地指出这种受制于市场逻辑的大众审美文化“加剧了急功近利的价值取向,延留了主客二分的精神困惑,消解了人文价值与审美意识的传统影响”。他主张进行一场“审美观念的探险”,目标是建设“新的美学范式与审美理念”——

研究资本与技术对大众文化发展的深层影响,透析“艺术终结”与“哲学终结”的内在背景,确认日常生活审美化的转型意义与普遍价值尤其是对当代文化生态平衡的长远影响,调整视角从传统的形而上学范式转入新型的社会行为学范式,从哲学纵向超越的思维转入重视横向超越的想象,从封闭的本质论诗学走向开放的体验论诗学,剖析大众文化审美理念的文化美学、身体美学表现及其欢乐诗学构造,辨析审美泛化的形而下之轻与审美现代性的人性解放之重,以天人相通的感性想象和灌注价值理性的审美批判制衡技术理性与市场逻辑引导的轻薄与狂嚣。

这段话,概念叠加,内蕴厚重,可以看做是守祥从事“大众文化审美研究与哲学批判”的宗旨。其间的思想锋芒和学理色彩,令我想起了前辈著名学者张岱年先生生前与熊十力先生对话的一句名言,十力先生深沉叹曰:“我想今后人们都不会思想了。”此语力透万钧,启人深思,在某种程度上已为今之现实证实,不幸而言中。但,有守祥们在,中国优秀知识分子的社会责任感和忧患之思便能代代相传,足可告慰前辈哲人的在天之灵!

守祥之所以能在研究报告中出思想、出创见,在我看来,是以他的哲学修养和思维品格为坚实基础的。时下艺术学学界空前活



跃,成就斐然,问题也不少。而诸多问题,追本寻源,恐怕根子都出在艺术哲学层面的思维方式的片面性上。毛泽东当年就曾精辟指出过我们民族存在的这种思维方式上的痼疾:“形而上学猖獗。”在对日趋多样化、世俗化的艺术创作实践和艺术现象的抽象概括、分析研究中,那种缺乏艺术哲学层面的宏观审美价值的准确判断的大智慧、却津津乐道于形式层面细枝末节的小聪明的论著,时有所见。理性思维的失之毫厘,往往导致艺术创作实践的谬以千里。此类教训,极为深刻。守祥在他的同辈青年学者中,颇具哲学思维优势。这当然与他先攻读哲学博士学位、后研究艺术学审美文化的特殊的学术经历有关,与他师于哲学家、美学家叶秀山、徐岱先生有关。他分析当代大众审美文化和审美范式,在思维方法上既注重一分为二,执其两端,又辨证权衡,分析利弊,取法乎中,最终做出入理入情的和谐判断。譬如,一方面,他大胆肯定了当代大众审美文化在“从传统的神性体悟到现代的世俗消费、从经典的艺术美到当下的快感体验的变迁过程中”具有的积极因素(一是“克服大众的认同焦虑、充实大众的文化生活、带来现代社会可能的审美解放尤其是感性的视觉革命”,二是“结束文化的长期禁锢及颠覆大一统的文化格局、实现政治祛魅、转向市场逻辑为核心理念的世俗化”,三是“为哲学的‘横向’转向——从重思维转向重想象、从纵向超越到横向超越——提供了新的文本佐证和文化实验场”);另一方面,他又尖锐批判了当代大众审美文化已经出现的低俗化倾向等消极因素,认为“成熟的大众文化文本应该是既注重日常生活的感情体验又不放弃价值理性纬度的意义追求,既渴望审美愉悦的欢乐解放又不舍弃神性纬度的精神提升”,“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”,必须靠“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”来防止可能产生的“非人化与物化”倾向。这见地,即文化“化”人、艺



术“养”心，靠文化把人的素质“化”高，靠艺术把人的境界“养”高。靠高素质、高境界的人去促进社会经济的全面、协调、可持续发展。此乃科学发展观的题中应有之义也。

守祥毕竟年轻气盛，前途正未可限量。他的优势在哲学功底扎实，攻读经典认真。这只消读读他在这篇研究报告中的参阅的中外文献目录便知。正如西方哲人叔本华在其经典名著《作为意志和表象的世界》的“第二版序”中所言：“只有从那些哲学思想的首创人那里，人们才能接受哲学思想。因此，谁要是向往哲学，就得亲自到原著那肃穆的圣地去找永垂不朽的大师。”守祥的成长和成功，再次印证了这一真理。当然，守祥在攻读经典文献时，似乎花在西方经典的功夫要甚于中国传统经典，而对西方经典的消化理解和借鉴运用在个别地方也还有欠准确，中学的根基亦须进一步加强。尤其是，对中外古典的和当代的优秀艺术作品的鉴赏量、感悟力和审美经验积累，都还不是强项。所谓“不通一艺勿论艺”，守祥似应谨记。总而言之，守祥的“文化自觉”是可贵的，但若以著名的社会学家费孝通先生的“16字经”即“各美其美，美人之美，美美与共，天下大同”的学术至境衡之，守祥还须更上一层楼。这正是我作为挚友，寄厚望于他并愿与他共勉之。

权且充序。

仲呈祥

2007年12月于北京



## 消费社会的欢乐诗学

随着一种无处不在的歌舞升平气氛的日益高涨,一个前所未有的消费时代已全面到来。虽然居高不下的房价让不绝于耳的关于“和谐社会”的宣传蒙上了一点阴影,但无论如何,当下中国的芸芸众生早已身不由己地置身于一场欢乐总动员之中。于是,一部关于消费文化的欢乐诗学的诞生显得理所当然。

顾名思义,傅守祥博士的这部著作重在对身处全球化时代的当下中国的大众文化进行一种人文考量,其学术的创新性和思想的前瞻性通过“审美想象”和“哲学批判”两个关键词而得到彰显。当下的中国学术往往囿于以一种自以为是的立场进行知识论的操作,缺乏操守的固守成规取代了创造性的学术想象力,想当然的理论话语冒名顶替了真正的哲学考量,凡此种现象是导致人文学术生产泡沫化的症结所在。要想另辟蹊径,从中突围,需要一种方法论的更新和价值观的调整。摆在读者眼前的这部著作正体现了这样的尝试,这为作者言别人所未言奠定了一个十分有利的基础,也为有兴趣从日常生活中有所超越的读者坐下来耐心聆听作者畅所欲言的阐述,提供了一个必要的理由。

诚然,关于消费时代的理论阐述实在已经不少,围绕大众文化的说三道四更是汗牛充栋。自“法兰克福学派”的阿多诺、本雅明、马尔库塞等思想家们对相关话题进行了颇具深度的哲学反思,



以及罗兰·巴特、利奥塔、鲍德里亚等掌控当今世界人文研究时尚的法国学者们对这类思考作出了进一步的推进以后,关于消费时代和大众文化究竟还能说出多少新东西,这的确让人心存一点犹豫。为此,当作者最初选定这个话题作为其正式登上人文研究舞台的首演节目,我在欣赏他的勇气的同时也多少对其面临的风险有些担心。而现在,作者以其精彩的展示让我曾经的这份担心无影无踪。

自 20 世纪以来,席卷全球的大众文化掀开了世界历史的崭新一页。在成为知识分子的关注焦点后,如何走出由“无条件支持”和“全方位否定”的两极所构成的话语场,是能否让这个问题继续深入的前提。在此起彼伏的“终结论”相继登场之后,我们需要一种既能摆脱正襟危坐的高谈阔论,又能超越玩世不恭的无厘头戏说的,关于人与人、人与自然、人与世界的真切踏实的人文思考。而这正是这部著作的最显著的优点。作者的主要思想可这样一言以蔽之:对风风火火的大众文化既怀有深深的同情,又不乏隐隐的忧虑。虽说这听上去并不耸人听闻,但从实际生活世界中的具体个案出发,对当下中国的大众文化作出感同身受的深度分析,这并非轻而易举之事。

众所周知,鲁迅曾在《灯下漫笔》一文里强调,所谓中国的文明者,其实不过是安排给阔人享用的人肉的筵席。这个让当今一些阿 Q 主义情结严重的人听上去极为不爽的观点,道出了炎黄子孙们千百年来悲哀。一些热衷于矮化人杰的知识分子,可以振振有词地认为这是偏激之言,但无法否认其深刻性。理解了这样的历史语境,或许我们就能体会,作者之所以在本书中对大众文化在当代中国文化中的积极意义给予如此高的评价。无论如何,看到贫嘴张大民之类的草根民众们,能够真正告别过去那种“没事偷着乐”的日子,在光天化日之下开怀大笑成为“和谐社会”的一道风景,这真的让人无比高兴。



但事情显然并不这样简单。众声喧哗的大众文化并不单纯意味着“苦孩子”们庆祝其翻身解放的欢声笑语,以娱乐为中心的消费市场从来都是权力的角逐场。尤其是在所谓媒介时代,仰仗现代信息手段而尽情伸展的大众文化,一直处于权力的掌控之下。它或者在资本体系内间接地接受经济权力的垂帘听政,或者在政治体制下直接向行政威权俯首称臣。所以时至今日,将“大众文化”视为真正由“大众”当家做主的“文化”,这无疑是彻头彻尾的现代神话。在某种意义上,大众的主体性身份似乎恰恰凸现于其缺乏个性的无主体化。惟其如此,作者在对大众文化的兴起而给予推波助澜的同时,也对其今后的发展表示了一种忧虑。透过这份忧虑,我们感受到了作者身为人文学者的一种可贵品质。

如果我说这部书在相关问题的思考上达到了当下中国学界的最高水平,这或许有“一家人不说两家话”的嫌疑,有点“关起门来自吹自擂”的味道。因为我与作者有师生之缘。但倘若我坚持认为这是一部可读性强、学术含量纯的优秀的思想作品,则属于举贤不避亲的行为。在我看来,真正的思想创造一定是带有温度的文字,货真价实的人文写作永远不可能回避旗帜鲜明的价值立场。当我重新阅读这部书稿时,很容易从中发现这两种元素。这是你不该错过与其相遇的另一个理由。

我还想说,也许正是因为有这样的价值关怀的存在,使这部关于欢乐的诗学在不知不觉间出乎意料地染上了一点悲哀的色彩。

守祥的这部著作是其三年博士生涯的一次思想小结。在此之前,他的远在他乡的同门师弟张公善和张邦卫等的博士论文,分别以《批判与救赎:从存在美论到生活诗学》和《媒介诗学:传媒视野下的文学与文学理论》等名目先后出版。现在他也以一种漂亮的姿态加入了他们的行列,大踏步地开始了自立门户的征程。短短几年里,他们顺利实现了从一名认真好学的人文博士向学有专长的优秀人文学者的转型,这让我深感欣慰。我们这辈人不仅也曾



名符其实地年轻过,而且还被迫认为拥有过一段“阳光灿烂的日子”。但如今风华正茂的日子已一去不返。虽然这多少有些伤感,但看到后来者已在继往开来,这是从事人文教育的一大快乐。惟其如此,尽管写序之事并非我所期盼的活儿,但还是努力遵嘱为之。

人文研究不同于体育竞赛,半百的年纪当然还不到充当看客的时候,但为后来者鼓掌呐喊的确已是我现在最想做的。我相信,当下中国仍一如既往地怀着一种人文追求的教师们都深有体会,在“估客乐”的好处早已被普遍认同的文化境地里,发现一位有志于人文事业的可造之才是多么的困难。而我似乎幸运地得到了不止一位,他们的成长给了我站好最后一班岗继续扮演人文教师角色的理由。为此我要由衷地对你们大家说一声“谢谢”,愿你们之间的友谊地久天长,祝福你们如愿以偿地登上生命之巅去尽力释放思想的激情,将所有的聪明才智奉献给我们共同相处的这个世界。

徐 岱

2008年1月于杭州



## 内 容 提 要

人创造文化,又被文化所创造;正所谓“我在文化中,文化在我心中”。文化总是体现为各种各样的符号,所以文化乃是借助符号来传达意义的人类行为,其核心就是意义的创造、交往、理解和解释。代表了神圣不可侵犯的文化价值规范与模铸人的思想、制约人的行为的文化力量的经典文化,之所以成为经典,就在于它的权威性与传统性。但是,随着社会意识形态范式的调整,市场逻辑与消费优先的理念显现出巨大影响力和渗透性,消费时代的文化经典逐渐从单一性的、精英掌控的标准走向多元性的、动态选择的趣味。毋庸置疑,经典文化渗透着历代文化精英的思想精华,但是,久而久之又常常沉淀成某种意识形态,并逐渐形成一统天下的局面,甚至发展到不允许不同的声音发言的程度;这种精英控制的等级阴谋不但损害了普通大众创造文化的积极性,更有可能扼杀人类精神生活的多样性。

20 世纪后期,随着文化范式的大幅调整,出现了现代人的媒体化生活和消费性艺术,它们对传统的文化等级秩序和深度追求构成巨大消解。全球化语境中的当代中国社会空前复杂地交织了多元文化因素,对经典观念的颠覆和消解成为潮流,而经典文化的失宠与随之形成的焦虑已成事实,当代文化趋向于从意识形态的等级转向世俗消费的民主、从精英掌控的标准转向动态选择的趣味。但是,肯定物质欲求的合理性与个体选择的多样性,并不意味着放弃整个社会共同追求的理想;艺术与文化作品除了用作世俗



消费外,还具有更深层的伦理层面的追求,具有超越现实、展示可能存在的东西的需要。文化是应该不断扩展人们的视野,帮助人们以新的方式观察世界、认识自己,力求促进审美多样性的形成,但是,视野的急速扩展也会带来预想不到的审美不适、价值混乱等文化恶果,加剧了多元现代性本已复杂的程度,增加了文化价值判断的难度。

从社会行为学视角考察,以媒体化生活和消费性艺术为突出表征的大众文化,借助于现代传播媒介和商业化运作机制,不仅事实上已成为当代文化的主流,而且深刻地影响了人们的生活方式与闲暇活动本身,改变了当代文化的走向。大众文化利用大众传媒制造身体幻象、提供游戏化的心理经验、克服认同焦虑,使更广泛意义上的大众充实了文化生活;它也许是趋时的、媚俗的,但是它却为文化消费者欣然接受。所以,在当今这个感官享受取代理性反思、生活同质化与多元化并存的消费时代,大众文化的发达是必然的。大众文化的兴起,意味着当代文化从传统的文字的、印刷的时代进入了影像的、视觉的时代。以大众文化为代表的视觉文化时代的来临,意味着传统社会地域文化之间的鸿沟被填平了,文化从特殊地域中凌越出来,成为不同地域居民可以共享的文化;视觉文化时代的来临,也意味着生活与艺术的边界逐渐变得模糊,同时还使公共话语与私人话语变得界限不清。

当今时代,消费正逐步变成许多人生活的理由——在消费中个人才能够获得自己的价值和意义、才能够获得某种自我想象。消费还划定了人的阶层地位,可以说消费主义的意识形态乃是当下日常生活的基础。与消费主义的合法化相同构,日常生活的意义被放大为文化的中心并被神圣化,而昔日的现代性的神圣价值则被日常化;日常生活的欲望被合法化,并成为普通大众生活的目标之一。在此基础上,消费甚至成了一个无处不在的神话,它不仅可以用性、梦想和暴力满足人们的欲望,同时也可以用品俗化的方



式溶解经典艺术,使其纳入市场的范畴,变成消费对象;市场是传统意识形态最有力的解构力量,它以世俗化的方式拆散了历史曾赋予艺术品原有的意义和价值。

在不断高涨的技术理性的支撑下,人类社会的物质文明上取得了长足的进步,这使得人类的自信心达到了前所未有的爆棚程度。正是源于消费时代技术理性的专制与市场逻辑的横行,使早先谦卑的人类接连宣布“上帝之死”、“人之死”和“作者之死”;从物质丰盈、思想平面化和艺术划归生活的部分现实参照及理论臆想出发,有些人又不断探索“艺术的终结”、“意识形态的终结”、“历史的终结”甚至“宗教的终结”和“哲学的终结”等问题,将高高在上的一个个精神圣像掀翻在地。面对这种深刻的世俗化和广泛的民主化浪潮,高雅文化的至高地位和传统研究的学科视野经受到强大冲击,传统的经典艺术的创造方式和审美批评理念不再适用于新兴的大众文化或者大众艺术,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。

在迅猛发展的现代高科技的强力支持下,在扩大市场以赚取更大利润的雄厚资本操纵下,渗透着审美趣味巨变的大众文化,彻底扭转了几千年来人类因因相袭的群体形而上沉重,转而走向企图个性化的个体体验性轻松。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”之代言到大众文化的当下体验,从经典艺术的文字想象到大众文化的图像复现,从经典艺术的观念幻象到大众文化的身体喜剧,从唯审美的精英文化启蒙到泛审美的大众文化狂欢,经典美学走出审美自律的内聚模式,迅速进入了自身的当代转型和现实重构,其文化立场和理论视域作出了全面调整;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,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,深入到人的各种



生存活动中,以更加适应现代文化生活泛化后的新变化、避免美学话语的失效和审美批评的失语甚至缺席,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。

大众文化确实是充满争议又无法回避的重要文化现象,关于大众文化的审美品格,更是纷争迭起。尽管法兰克福学派开风气之先以降,这方面的研究渐成热点,但如何超越由来已久的“否定—肯定”的二元对立格局、能够面向具体生活世界且贴近大众文化实践作出真正富有建设性的思想审视与理论辨析,这依然有待于努力。消费时代文化的重心由思想精英型走向消费大众型,文化影响极广却不厚重,造就了许多沉浸于替代性与虚拟性满足的精神盲流;同时,人们又借助大众文化带来的感性欢乐与影像冲击尝试着新型的审美解放和意义生产。

大众文化的审美实质是一种以“欢乐”为核心理念、以新型技术拓展想象时空的自由体验。大众文化的审美化促成了审美与生活的双向互动和深度沟通,但大众文化审美形象化和欢乐身体化的同时语义学维度的审美思考却越来越匮乏。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。因此,每个成熟的人文学者都要尽最大可能弥合审美泛化表象、欢乐想象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。成熟的大众文化文本,应该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,既着意于审美愉悦的欢乐解放,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“欢乐黑洞”状况,实现人类真正的审美解放。

大众文化崛起带来的审美泛化现象,既有本雅明所褒赞的防



止文化法西斯主义层面上的革命性,也有马尔库塞所贬斥的精神退化意义上的反动性。总的来看,从传统的神学美学或哲学美学这种先验预设的形而上学视角审量,大众文化本身及其审美意蕴的合法性都是不具备的,当代社会这种日常生活的审美化是一种反美学现象,是审美趣味的低俗化和审美自律/内聚的大崩溃,以大众文化为代表的文化工业产品是典型的审美麻醉品,在瞬间快感和暂时满足了人们的艺术好奇之后钝化了人们的艺术感觉力和审美想象力,并直接导致审美疲劳、艺术疲劳甚至情感疲劳、心灵疲劳。但是,从当代的社会学美学这种行为学视角分析,大众文化本身及其审美意蕴的合法性都是毋庸置疑的,新技术带来的视觉冲击和崭新想象时空、大众文化蕴涵的身体性解放以及经典艺术的通俗化普及与传播都为传统经典美学带来了前所未有的新变化,应该说席勒当年的审美理想在当前这场审美泛化的扩张思潮中得到了部分实现;虽有较大缺陷,但是及时的审美批判和美学矫正以及人们审美品位的提高、审美心态的调整,都会为日常生活具备真正的审美维度和人文理想提供极大帮助。

审美不是宗教意义上的超越,也不同于“酒肉穿肠过”式的世俗生活,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。但是,现有的大众文化文本往往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。

当前中国大众文化的商品属性占据了绝对统治地位,而精神属性则被高科技的包装和工艺性的装潢所取代。同时,由竞争促成的市场自身的发展表明,大众文化自身也能产生解毒剂,抑制消费主义独霸天下,因为文化市场的生成需要的是“叫好”支撑下的“叫座”,否则必不能长久。大众文化发展到一定程度以后的内情转变,又契合了审美主义者对单一向度的消费主义的批判,内外结合促使大众文化加大精神容量、降低人性异化的可能。但是,因为市场的资本控制性质没有从根上消除,所以一味期待市场的自身净化是不够的,外在的冲击与良性批判仍具有重要的制衡作用。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。

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”审美趋向日渐明朗。我们不可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,在一个科技发达、信息泛滥、消费至上、娱乐至死的时代,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,审美疲劳为表象的欲望亢奋以及由娱乐化导致的是非泯灭等问题尤其严重,消费时代大众文化的审美品格与社会效应里蕴藏着莫大的吊诡。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,加剧了转型社会的道