

● 本书既充满鲜活的时代气息，又不乏深层的人文关照和哲学反思。内容涉及休闲、野趣、游戏、时尚、消费文化、大众传媒、新媒体艺术、图文文学等。

审美文化 新视野

徐放鸣等/著

SHENMEI WENHUA
XIN SHIYE



中国社会科学出版社

审美文化



新视野

SHENMEI WENHUA XIN SHIYE
徐放鸣等◎著

中国社会科学出版社



图书在版编目 (CIP) 数据

审美文化新视野/徐放鸣等著. —北京: 中国社会科学出版社, 2008. 3

ISBN 978 - 7 - 5004 - 6779 - 3

I. 审… II. 徐… III. 审美分析—文化 IV. B83 - 0

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 021667 号

责任编辑 李炳青

责任校对 曲 宁

封面设计 回归线视觉传达

技术编辑 张汉林

出版发行 中国社会科学出版社

社 址 北京鼓楼西大街甲 158 号 邮 编 100720

电 话 010—84029450(邮购)

网 址 <http://www.csspw.cn>

经 销 新华书店

印 刷 新魏印刷厂

装 订 广增装订厂

版 次 2008 年 3 月第 1 版

印 次 2008 年 3 月第 1 次印刷

开 本 880 × 1230 1/32

印 张 11.5

插 页 2

字 数 288 千字

定 价 28.00 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发行部联系调换
版权所有 侵权必究

本书作者

徐放鸣(徐州师范大学)

张玉勤(徐州师范大学)

赵 鑫(南京理工大学)

陈 娟(徐州师范大学)

杨 森(徐州工程学院)

张姝君(徐州师范大学)

章旭清(徐州师范大学)

苗新萍(徐州师范大学)

侯阿丹(南京工业职业技术学院)

目 录

绪论 当代审美文化研究的前沿问题	(1)
第一节 审美文化研究兴起的背景分析	(1)
第二节 审美文化研究面临的内在矛盾	(6)
第三节 审美文化研究的内在规律问题	(7)
第四节 审美文化研究的学科理论建构	(13)
第一章 休闲	(14)
第一节 审美文化:休闲研究的新视野	(14)
第二节 休闲的审美阐释	(17)
第三节 休闲的审美评判	(35)
第四节 休闲的审美引导	(42)
第五节 休闲的生活态考察	(52)
第二章 野趣	(64)
第一节 野趣的文化遗产	(64)
第二节 野趣的审美形态	(77)
第三节 野趣的时代价值	(95)
第三章 游戏	(104)
第一节 游戏与游戏文化	(104)

2 审美文化新视野

- 第二节 东西方语境中不同的游戏观 (112)
- 第三节 游戏的审美与艺术的审美 (120)
- 第四节 触摸游戏的“经验边界” (131)

第四章 时尚 (143)

- 第一节 审美文化:时尚研究的美学视域 (143)
- 第二节 审美特征:时尚理论的静态分析 (150)
- 第三节 审美规律:时尚演变的动态探究 (159)
- 第四节 审美意蕴:时尚价值的现代阐释 (169)
- 第五节 审美提升:时尚文化的当下追求 (179)

第五章 消费文化 (189)

- 第一节 消费文化——审美文化研究的新课题 (190)
- 第二节 消费文化的审美特性 (199)
- 第三节 消费文化亟须审美提升 (216)

第六章 大众传媒 (224)

- 第一节 历史之遇与平民之风 (224)
- 第二节 传播主体与接受主体的时空悖离 (233)
- 第三节 审美文本的后现代意识解读 (249)

第七章 新媒体艺术 (262)

- 第一节 新媒体艺术综观 (263)
- 第二节 新媒体艺术的技术特征 (277)
- 第三节 新媒体艺术的审美特征 (286)
- 第四节 新媒体艺术的审美意义 (302)

第八章 图文文学	(314)
第一节 古老叙事与当代时尚	(315)
第二节 图文文学兴起的现实背景	(321)
第三节 图文文学的形式特征	(329)
第四节 图文文学的文化批评	(340)
后记	(361)

绪论

当代审美文化研究的前沿问题

进入新世纪以来,伴随着经济和文化全球化的进程以及消费文化的勃兴,我国出现了更加纷繁复杂的文化艺术现象,对当前的美学和文艺研究提出了新的挑战和新的课题,从而呼唤着传统的美学研究尽快实现转型,以富有批判精神和实践指导性的审美文化研究来回应消费社会大众文化发展中的新问题,同时也给美学的发展注入新的活力,拓展新的空间。

第一节 审美文化研究兴起的背景分析

从20世纪90年代兴起的审美文化研究表现出相当强劲的发展势头,它代表了美学研究转型的主流趋向,顺应着大众审美心理和审美行为在进入消费社会之后的新变化。

首先,分析审美文化研究兴起的背景,可以说有三个“新”值得关注。

一是新的审美现象。例一,“超级女声”的风靡全国。一个纯粹的娱乐性电视歌唱以及商业性选秀比赛,在短时间内席卷整个中国,网络论坛上数以百万计的留言与争论,包括美国《时代》周刊在内的许多主流媒体的专题报道,使“超级女声”的收视率直线上升,甚至一度超过了央视的“春节联欢晚会”。“超级女

2 审美文化新视野

声”以其门槛低、参与面广、互动性强的魅力，征服了中国4亿电视观众，成为2005年中国百姓最为关注的审美文化现象之一。例二，“网络文学”的异军突起。伴随着信息网络化时代的到来，文学的载体也悄然发生改变。从1998年一部最有代表性也最具影响力的网络小说《第一次的亲密接触》（蔡智恒）诞生，到2000年，号称“最佳网络文学”的《悟空传》（今何在）的推出，到2002年9月，慕容雪村的《成都，今夜请将我遗忘》在“天涯”的点击量达16万次，以及“网易”和“榕树下”网站分别举办的网络文学评奖，使网络文学在文坛引起强烈反响，国家社科基金也设立了课题专门研究网络文学。例三，“韩剧”的流行。如在央视播放的《澡堂老板家的男人们》、《看了又看》、《人鱼小姐》、《黄手帕》、《大长今》等。据央视一索福瑞提供的数据显示：《看了又看》在“海外剧场”播出时，最高平均收视率达到1.72%，位居当时全国同时段排名首位。韩剧广泛的收视率昭示着“韩流”对中国观众的“侵袭”已经成为值得重视的审美文化现象。例四，《亮剑》的热播。《亮剑》以平均10.3%的收视率排在2005年度收视第二位。特别是剧中“另类英雄”李云龙的形象塑造受到男女老幼的普遍接受与好评，一时间，“亮剑”精神广为流传，个性化的英雄形象引发热议。以上案例可以表明，大众审美时代已经来临，这种来自大众方面日趋明显的日常生活审美化，产生了许多亟待研究的新的审美现象，需要美学家发挥评价、引领作用，促进其健康发展。

二是新的理论武装。西方后现代主义思潮在美学和文化研究方面的理论资源和学术观点对我国美学界产生了新一轮影响，提供了更加适应消费时代的理论武装。特别是它所标举的多元性、碎片性、边缘性、平面性、差异性和世俗性，彻底否定了传统文艺的美学追求、文化信念和叙事规则，它所呈现出的解构理性、

消解中心、躲避崇高、零度叙事、表象拼贴以及与大众文化合流的鲜明特点,进一步渗入了大众传媒和日常文艺消费,激起了众声“喧哗”,深刻地影响并改变着中国传统美学观念和审美理想,并表现出与当下审美现象的呼应与互证。

三是新的转型动因。20世纪90年代,当人文知识分子还在埋头构建自己的美学理论的知识体系时,新兴的全球性大众文化浪潮正侵袭而来,“很快地,他们发现,他们的发言已经没有了听众,他们的表演成了无人观看、无人喝彩的尴尬独白。他们的批判失去了对象”^①。失去了话语权力,被挤到边缘地带的学者们“要求美学在自身理论话语的转型中,寻找到一条与往日有所不同、能够真正体现当代文化追求的新的理论精神。这一理论精神的核心就是积极地寻求美学在文化批判/重建进程上同大众日常生活及其利益的充分‘对话’”^②。在这种情况下,审美文化研究作为美学的转型应运而生。这是当代美学寻求自身的转型方向,获得新的生命活力的内在需求。

其次,审美文化研究在理论形态和价值追求上试图实现“四个超越”。

第一,超越传统美学形而上的哲理推演而走向关注当下现象的文化美学。最初美学作为一门独立学科的定位是“感性认识的完善”。然而,自古以来,人们思考美学总是从哲学终极关怀上加以追问“美是什么”?直至康德以降,才把美学的基本问题从“美是什么”转变为“审美是什么”。不过,即便如此,康德也还没有把美学带出经院式研究的狭窄天地。向审美文化转型,是美学从传统学院式的对经典理论的阐释向关注人的当下感性生

① 徐碧辉:《美学与中国的现代性启蒙》,《文艺研究》2004年第2期。

② 王德胜:《扩张与危机》,中国社会科学出版社1996年版,第10页。

活的转变，更多地关心当代普通人的生存状况和审美行为，凸显了其实践性品格。

第二，超越艺术与非艺术的界限而走向日常生活审美化。美学向审美文化的转型标志着当代社会中出现了审美活动向日常文化生活的渗透，同时日常生活也出现借助审美而被装饰或被美化的新趋势。可以说，审美文化研究的兴起体现了对孤立地研究艺术的不满，表现出当代审美研究的一种新诉求：立足于日常生活世界而对发生于每个人周围的各种泛审美活动加以观照。一方面，以往的纯审美被泛化到文化生活的各个层面，日常生活体验成为审美的重要资源；另一方面，在物质生活充分改善的基础上，日常生活也趋于审美化。

第三，超越主体与受众的截然分野而走向创作与欣赏在互动参与中合一。就创作主体来说，面对文化素质逐渐提高和欣赏口味日渐挑剔的欣赏者，作家、艺术家开始苦苦探寻自己的审美理想和艺术追求如何与欣赏者的接受心理相契合，如何获得读者和观众的认可。就欣赏者来说，他们在审美文化活动中由消极的“受众”开始转变为积极的接受主体，不少欣赏者不仅乐于参与，而且善于参与，在一展身手的表演中体验到愉悦身心的快乐。一些媒体推出的娱乐活动，如央视的“星光大道”、“幸运52”、“超级大赢家”、“开心辞典”等就打破了传统的“主客二分”的接受方式，实现了主体与受众的双向互动，从而形成了一种“主客合一”的审美创作和欣赏行为。

第四，超越严谨封闭的知识体系而走向开放式的理论批评建构。审美文化作为一种新的文化价值取向和理论策略，把美学从过分自律的领域中“解放”出来，突破了传统美学严谨封闭的知识体系和研究范型，在理论形态和价值追求上不再拘泥于理论上的封闭，而是以建设性批评者的姿态对人的实践生活予以评

价、引导与提升。

再次，审美文化研究的兴起具有值得重视的积极意义。一是探索了一种转型趋势，使美学研究更具生命活力和实践性品格。审美文化研究的独特性，如李西健所言，在于引导人们以更加切近现实的方式介入人的现代性进程，自觉地省察、批评当代文化与艺术发展的现实，并使美学研究更加自觉地关注人的生活活动和文化实践。审美文化突破了传统美学的研究范型，而更加关注人的感性生命状态，以其强烈的实践性和现实关怀的品格介入当下文化与生活，从而使美学重获“新生”，更具生命活力和超越性品格。二是搭建了一座沟通的桥梁，使美学与文化学的研究实现了紧密结合。审美文化的产生和发展体现了美和文化新的价值融合与统一。一方面，美学因与文化学的融合，扩大其研究的对象和范围，从而更具形而下的实践意义。另一方面，文化学因有美学的渗透，具有加强其理论形而上的提升意义。特别是两者有机结合后，所形成的理论视野和综合意识成为审美文化研究的合法性依据。三是开拓了一个新兴领域，使美学不再局限于艺术审美，而是更加关注大众的多元审美生态。诚如有些学者所言，审美文化不同于经典美学的知识叙事，而是相当普遍地成为整个社会文化和大众日常生活本身的直观形式——人的生活的感性存在和存在证明。现在，阅读小说、观看电影、欣赏音乐、参观美术馆，等等，不仅仅是一种“审美的”活动，更是人们用以证明自己生活方式的“审美化”形式，而大众传媒对大众日常生活形式在感性方面的同化加剧，以至连理发、穿衣、居家、购物等也“审美化”了，成了“艺术”。这充分说明，审美的形式化特征导致了艺术与生活边界的模糊并趋于消失。

第二节 审美文化研究面临的内在矛盾

审美文化研究的兴起固然有着深刻的现实意义和强劲的发展势头,但在自身发展中也存在着不容忽视的内在矛盾,概要地说有三个问题。

一是概念界定的困难。对如何理解和把握“审美文化”,研究者各有其解释,理解上分歧很大。譬如,陈炎主编的《中国审美文化史》^①、吴中杰主编的《中国古代审美文化论》^②、周宪的《中国当代审美文化研究》^③、聂振斌等的《艺术化生存——中西审美文化比较》^④、黄力之的《中国话语——当代审美文化史论》^⑤、肖鹰的《形象与生存——审美时代的文化理论》^⑥等,他们对审美文化的定义表现出了各自理论背景的不同。李世涛在《审美文化研究的回顾与前瞻》一文中大致归纳了学界对审美文化的理解的几种意见。一种认为,审美文化就是大众文化;另一种认为,审美文化就是当代文化;还有一种认为,审美文化是中性概念,是具有审美属性或审美价值的文化;而另一种为大多数人认同的意见是:审美文化是整个文化发展的高级形式,是把审美原则贯穿于人们的社会日常生活的产物。当然,还有人认为审美文化是文化系统中的审美层面。审美文化概念界定的困难,就带来了讨论问题时起点上的不对称。

-
- ① 陈炎主编:《中国审美文化史》,山东画报出版社 2000 年版。
 - ② 吴中杰主编:《中国古代审美文化论》,上海古籍出版社 2003 年版。
 - ③ 周宪:《中国当代审美文化研究》,北京大学出版社 1997 年版。
 - ④ 聂振斌等著:《艺术化生存——中西审美文化比较》,四川人民出版社 1997 年版。
 - ⑤ 黄力之:《中国话语——当代审美文化史论》,中央编译出版社 2001 年版。
 - ⑥ 肖鹰:《形象与生存——审美时代的文化理论》,作家出版社 1996 年版。

二是适用范围的分歧。有一些学者主张审美文化研究应当贯通古今,而且要进行中外比较,由此展开了有关中国古代审美文化史、中国古代审美文化论、当代审美文化及当代中西审美文化比较等相关领域的专题研究。另一些学者则坚持审美文化研究的当代特性,认为就是针对当代的社会文化现象进行的研究,是对审美现代性的理论和实践探索,不必扩展到古代和近代。这种分歧使得审美文化的研究空间带有明显的不确定性,形成了各循其是的研究格局。

三是研究方向的殊异。细察审美文化研究格局还可以发现,其间的研究路线存在显著不同的两种选择:一些研究者依然有着建构体系的情结,力求尽快构成较为成熟的审美文化学理论框架,确立相应的逻辑结构和知识体系。例如,林同华、李西健各自编著的《审美文化学》^①等。而更多的论者则着眼于批评实践,紧密追踪当代审美文化现象及其走势,捕捉具有理论意义的审美文化批评课题,因而更加注重作为批判者的在场姿态,致力于追踪评论当下发生的审美文化现象,倾向于把审美文化研究理解为开放式的理论批评话题,从而构成审美文化研究的开放性格局。代表性学者有周宪、王德胜、陶东风等。这两种研究路线以其互补性共同推动了审美文化研究走向深化。

第三节 审美文化研究的内在规律问题

针对以上讨论的意义和矛盾,我们认为审美文化研究的健康发展,需要着重探索四个关键性的内在规律问题。

^① 林同华:《审美文化学》,东方出版社1992年版;李西健:《审美文化学》,湖北人民出版社1992年版。

第一，关于娱乐性与超越性的关系问题。

以往的讨论和实践有将两者割裂的倾向，特别是随着审美文化活动的“市场化”趋势日益明显、“平民化”色彩逐渐浓厚、审美文化作品中诗意的消解和深度的缺失，使娱乐性与超越性的关系问题更加突出。如何应对这种倾向，怎样解决这个问题，关键在于正确处理娱乐性和超越性之间的关系，即把两者有效地结合，建立起一个喜闻乐见与引导提升、适应与征服有机结合的内在机制。

其一，在现实层面上应重视审美文化的娱乐功能和交流功能。与传统审美活动突出强调认识功能和教育功能相比较，当代审美文化在不排斥认知与教化作用的前提下，更加重视娱乐功能和交流功能的发挥，譬如在“开心一刻”的短暂时光中让人愉悦身心，在并不追求真实和深刻的“戏说”形式中满足人们的探究心理，用豪华的阵容和精美的制作来包装“故事性”，以求得有效地占据大众的闲暇，发挥以休闲消遣为主的娱乐功能。又如，以多种形式吸引欣赏者参与艺术文化活动，创造机会让观众表现才能，展示自我，也娱乐自我，使人们在审美文化活动中体验成功的乐趣，交流审美的经验，共同创造丰富多彩的艺术活动形式。

其二，在超越层面上应重视审美文化的情感体验功能和人格提升功能。当代审美文化的功能不能仅限于现实层面的娱乐性功能，而要更深刻地表现出超越层面的发展性功能——发展人的审美能力，净化人的情感世界，塑造审美化的人格精神。也就是说，当代审美文化应当体现出鲜明的审美人文精神，这种审美人文精神是在形象感悟和情感体验中对完美的人格和纯净的情感的启悟和认同，是以审美化的感性方式对生命意义和精神价值的昭示，也是对人的素质发展尤其是审美素质发展的终极关怀。唯其

如此，它才能将当代审美文化由现实层面导入超越层面，才能促使当代人在参与审美文化活动时既获得愉悦身心的当下快乐，又能于潜移默化中发展自我、提升人格、美化情感，从而使带有休闲娱乐性质的审美文化生活体现出更加本真的人文关怀意味。

第二，主体与受众的关系问题。

当下随着日常生活审美化的流行、媒体与观众互动性的加强，使得以往审美表现的主体与受众关系发生变化，出现了丰富多样的双向选择和互动交流关系，其中蕴含的审美规律值得进一步探索。我们仅以“超级女声”这一典型个案加以剖析。主体与受众的关系问题，首先表现为创造主体的扩展。这种扩展主要彰显在媒体和观众互动性加强的过程中。“超级女声”这个2005年最具颠覆性的大众娱乐事件，开播仅两个多月就创下全国收视奇迹，并先后在长沙、武汉、南京、成都等赛区引起轰动。据统计，2005年的“超级女声”有近15万人参赛，拥有全国4亿观众观看，单场手机短信收入超过1500万元。8月初在Google搜索引擎中已拥有32万条记录，15天后这项搜索记录被轻易刷新为165万条。所有这些惊人数字都可以表明，审美文化的大众性和平民性特点，使参与者不断扩大，创造主体空前扩展。其次表现为参与门槛的降低。“不论年龄、不问地域、不拘外貌、不限身份、零门槛，被认为是超级女声火爆的主要原因之一……在超级女声之前，国内各类歌唱比赛并不少。但单一、专业的歌唱比赛，使一些观众慢慢开始退席。舞台离老百姓依旧遥远，因此，‘零门槛’一出现，就成了聚集人气的导火线”^①。“超级女声”中第一次出现了普通民众的身影，他们破天荒地第一次可以在电视媒体上行使自己的权利，按自己的意愿决定每位选手的

^① 林蔚：《超级女声：热闹的草根造星运动》，《北方音乐》2005年第7期。

去留,而不再只是作为旁观者看评委如何选择和评价。参与门槛的降低,使任何人,不分地域、民族、年龄、学历、财富多寡、社会地位高下,均可以报名参加——唯一的身份限制是女性^①。“超级女声”确实为中国民众提供了一个“平等自由”的参与平台。在这种双向互动中,可以见出有时主体成了受众,受众有时又成了主体,两者的关系变得模糊不清了。

第三,理论建构与实践开拓的关系。

——审美文化研究的理论建构层面和批评实践层面都不可偏废,应当建立起双向建构的互动关系,从而在开放式的批评实践中积累理论思维成果,提升研究水平。

首先,审美文化研究的理论建构尤为重要,因为它在宏观层面决定着审美文化的未来走向。理论指导又必须回到实践中去验证,所以,审美文化的理论建构和批评实践之间的关系首先是一种双向建构的互动关系,这体现在:审美文化研究的理论建构应“按照符合时代精神的审美理想去完善和建构文化;审美文化实践应该努力致力于当代人类所希望、所追求的生活秩序,使人们以审美的态度从事现实文化实践,从根本上改变和提高社会文化质量,最终达成全社会与全民族的审美水平和文化素质的提高”^②。审美文化的理论建构应着重于四个方面:“即着力于人的现代审美意识的培养,着力于现代审美人格的塑造,着力于自然环境的人文导向,着力于科学技术的审美规范。”^③ 审美文化的批评实践应“克服当代审美文化批评中的游戏态度及时尚化、

① 许静:《从〈超级女声〉到〈大长今〉:平民文化的胜利》,《怀化学院学报》2006年第1期。

② 李西健:《当代审美文化研究的回顾与展望》,《哲学动态》1996年第6期。

③ 金丹元:《重识后现代——兼论后现代语境中的中国电视文化》,《上海社会科学院学术季刊》2002年第1期。