

美学冲击力书系

丛书 主编 陈望衡
副主编 吴志翔



肆虐的狂欢

——传媒美学谈

吴志翔 著



WUHAN UNIVERSITY PRESS

武汉大学出版社



肆虐的狂欢

——传媒美学谈

吴志翔 著



WUHAN UNIVERSITY PRESS

武汉大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

肆虐的狂欢:传媒美学谈/吴志翔著. —武汉:武汉大学出版社,
2006. 1

(美学冲击力书系/陈望衡主编 吴志翔副主编)

ISBN 7-307-04849-3

I. 肆… II. 吴… III. 传播媒介—美学—研究 IV. G206.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 142485 号

责任编辑:彭公璞 朱凌云

责任校对:王 建

版式设计:支笛

出版发行:武汉大学出版社 (430072 武昌 珞珈山)

(电子邮件:wdp4@whu.edu.cn 网址:www.wdp.com.cn)

印刷:湖北省荆州市今印印务有限公司

开本:880×1230 1/32 印张:10.625 字数:201千字 插页:2

版次:2006年1月第1版 2006年1月第1次印刷

ISBN 7-307-04849-3/B·144 定价:17.00元

版权所有,不得翻印;凡购买我社的图书,如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请与当地图书销售部门联系调换。



SINUE DE KUANGHUAN | 总 序
肆虐的狂欢

序

潘多拉盒子，或者阿拉丁神灯 ——“美学冲击力书系”总序

□ 陈望衡

我们总是习惯于认为，历史是以一种平和、有序、可理解的方式在理性的堤岸之内缓慢流淌的，在这个流淌绵延的过程中，逐渐积淀起一系列的观念谱系，包括真假、善恶、美丑的诸般价值意识和感觉，它们盘踞于人们心中，往往被视为不证自明、天经地义的东西。可是有一个时候，那一条长河会变得波诡云谲，一切都显得不再可靠，原本根深蒂固的观念也被连根拔起，成为漂浮于空中、失却实在指向性的纯粹符码。



堤坝似乎不复存在，那些我们以为可以据以理解这个世界、把握这个世界的概念和规范都用不上了。我们就像庄子笔下的那个河伯一样，原本看着河流浩荡“欣然自喜，以天下之美为尽在己”，可是当遭遇那一片失去了边界的大海，就不得不望洋兴叹了。

现在我们就正面临着失去边界的震惊和晕眩，感受着飞速变化的现实带来的审美冲击力。这是一种类似于 shock（休克）的感觉，因为我们仿佛只能听任种种逸出常规、超乎定见的文化现象或审美现象在那儿以自己的逻辑（如果有逻辑的话）生机勃勃地绽现，却无法加以有效地把握。美学家跟每个人一样，同样只能皱着眉头在那儿寻思：怎么这个世界越来越让人看不懂了呢？关于今天有名目繁多的指称：“E 时代”、“传媒时代”、“消费时代”、“后现代或后后现代”……还有很多人用各种各样的方式来命名：“经验断裂”、“美学生活化或生活美学化”、“审丑的时代”、“全民狂欢的年代”……我们必须真正重视当下的生活经验和生命体验，要以一种开放的心态去直接对现实境遇发言，否则所谓的美学研究只能是一种体内循环。面对当下丰富而生动的文化现实，美学家的缺席或失声是不正常的。美学家一定得有很好的胃口，有旺盛的食欲，有强大的消化能力。

在哲学史上有一个著名的“芝诺悖论”，说阿喀琉斯在后面追赶乌龟，但无论他多么快，永远都追不上爬行缓慢的乌龟，因为他永远都只能达到乌龟“曾到过”的一



个点上。这当然是一个利用逻辑自身缺陷展开的诡辩，有违于常识。哲学家们早已知道问题所在，即那跨越的一步被无限分割了，阿喀琉斯被拦在无限等分的“界”外，因为他被设定为是不能“越界”的。阿喀琉斯追不上乌龟，有点像我们今天的美学追不上生活一样。如何才能使美学捕捉住生活？其实也非常简单，那就是要敢于越界。既然生活本身已经溢出了原有理解的范畴，那么死抓住一些旧的概念无异于自设樊篱，自营囚室。我曾在一篇文章中谈到，时至今日，美学不可孤芳自赏，只是守着一堆老旧的形而上概念做文章，不应该继续抱残守缺地满足于谈论“感性”、“理性”、“形象思维”、“意境”、“形式”、“内容”等，对于流行的大众文化只是简单地抱一种拒斥态度，毕竟美学不能无涉于鲜活的个体生存状态，不能脱离迅速变换着的精神境遇。“实在与虚拟”、“想像与欲望”、“精神与身体”、“沉重与轻逸”、“缓慢与快捷”、“劳作与游戏”、“语义与现象”、“原本与复制”、“中心与边缘”这些关系也许更值得美学家们去好好地加以研究。

科技对今天美学形态和人们审美感觉的影响无疑是巨大的。速度感、空间感、时间感、形式感无一不在科技的笼罩之下被修改，美感与丑感也必定受到影响。用我曾经提出的那一组关系来描述，就是实在性减弱、虚拟性强化；想像越来越成为欲望的延伸；身体的合法性全面上扬，精神价值反倒开始染上了一点羞耻感；沉重性不再是



构成审美的基本要件，而轻逸成为人们追求的一种生存姿态；缓慢的魅力已经久违，快捷成为所有人内心的渴望；劳作不是人生的主题，其美学意蕴也被剥离殆尽，游戏越来越成为一种“本真”的生存状态，即使通过这种游戏得到的仅仅是幻觉的满足；原本不再重要，大量繁殖的复本消解着所谓原创的价值……

古代的诗人在灯下捻须吟咏，今天的人们捧着话筒对着 MTV 的画面抒情；从前的人们迷恋于月下清风或雨中残荷的意境，今天的人们在虚拟的空间体验着感情的跌宕起伏；从前的人们慢慢地品味艺术的滋味，今天的人们则几乎把一切当成了消费活动，并且把快感当成了美感。诗人纪伯伦说，美是温柔的低语，美与黎明一起从东方升起，美倚靠着日暮的窗户，美是秋叶的舞蹈，美是冬天的飞雪。苏东坡说，江上之清风与山间之明月，乃造物之无尽藏，耳得为声目遇成色，给人取之不尽用之不竭的美感。此等意韵悠长的古典形态之美已很难寻觅，因为频奏凯歌的科技已经穷尽了我们的想像力。

德国哲学家本雅明深刻地洞见了科技发展对美学带来的革命性影响。他认为，所谓的技术复制时代，就是从“有韵味的艺术”转变为“机械复制的艺术”，从艺术的“膜拜价值”转向“展示价值”，从“美的艺术”转变为“后审美的艺术”，从“对艺术的凝神专注”转向“消遣性接受”。像在今天给人们感官带来更强烈冲击力的电子技术、网络技术等，也都可以被涵盖在“技术复制”这



一个统称之内。我们注意到，“韵味”（aura）的丧失成为今天人们生活中的基本特征之一，尽管在科技的助推下，“美”似乎无处不在。审美活动原本是具有原位性、即时即地性、独一无二性的，但是科技强调的是可展示性、可展览性，其实也就是一种可消费性。其结果就是如阿尔都塞·赫胥黎所说，技术进步导致了庸俗化。在今天，渣滓的生产比以前任何时候都要多。当然，这是一种相对保守的判断，因为毕竟，传统精英式的美的创造和欣赏只是少数人的特权，对于执著于美学经典形态的人来说，他们怀着一种对“韵味”的依恋无可厚非，但并不见得可以因此拥有价值评判上的优越感，“旧时王谢堂前燕，飞入寻常百姓家”，这种自上而下、从膜拜到展示、由精英到大众的变迁是无可逃避的，这几乎就是一种宿命。

在这一过程中科技像是一个“潘多拉盒子”，一旦打开，既会跳出美丽的天使，也会放出邪恶的魔鬼。科技又像是一盏“阿拉丁神灯”，一旦拥有，就会帮助人类实现自己的愿望，但是这究竟算一个美好的期许，还是对于欲望的刺激和放纵？科技帮助人类消除了在世的“异乡感”，使得审美活动成为可能，但同时人自身是否也正在经历一种异化，即失去了体贴世界的那种“亲在感”？在日趋发达的科技的影响下，美的形态和美的感觉正在发生革命性的裂变。

科技的入口事实上就是生活世界的入口，因为科技的



本能就是要覆盖、介入、占有生活的机体。生活美学化是科技进步的一个必然效应。在这里我们暂时搁置有关生活美学化的价值评判，无论说它好还是不好（也许并不存在简洁明了的好坏问题），它都是一个越来越显豁的文化事实。从我们的眼光来看，一个“泛美学主义”的时代是确实存在的。众所周知，大众文化已然成为一个庞然大物。我们在这里也不想谈论大众文化产业的生产和消费逻辑，而只想追究这一以惊人的速度膨胀并且成功广揽人心的生活和文化形态，其内在的美学元素是什么，它们以什么样的方式在嬗变，大众生活和大众文化颠覆了什么，消解了什么，承继了什么，创造了什么？现实生活中许多尚无法被命名的美学现象，是美的敞开还是遮蔽？在泛审美的共同体中，人是更亲密了还是更孤独了？等等。

为了回答这些问题，我们推出这一套《美学冲击力书系》，组织一批既关注现实文化生态又有相当理论功底的作者，分别撰写了以传媒、网络、山水、休闲、居室、美容等为主题的美学著作。值得一提的是，在这些书里，美不是作为一个理念或对象而存在，而是作为一种仍然在生长着、不断扩张、与个体生命相互交融的生活经验得到确认和把握，美学也不是作为精神的独裁者而高高在上，它更像是眼下纷乱生活海流中一个灵活警觉的向导。通过这个向导，我们也许可以在当前浩渺莫测的文化大海上，开辟一条“理解”的航线，发现那个“意义新大陆”的边缘。



我们被大众传媒所包围，我们的感性被传媒所塑造和修饰。传媒的力量如此巨大，谁也不敢小看。这是一块兵家必争之地，一块符号攻守之地，一块价值交锋最激烈之地，一块意识形态与意象形态并行之地，一块商家和大众以娱乐的面目达成妥协之地。同时这里也是一块诱惑和禁忌并存的雷区，一块天使与魔鬼下棋的纹枰，一块万象纷呈而少有人加以清理的杂草丛生之地。我们在图像里消费。我们在广告里陶醉。我们在影视里流泪。我们在手机里恋爱。我们在节日里狂欢。传媒是主导人们价值观的霸主，是人体和心智的延伸，呈现出一种天花乱坠之美——故有《肆虐的狂欢——传媒美学谈》。

人与自然越疏离，便越是渴望与自然山水的亲近。在人文的视野里，自然山水之美的地位重新得到尊崇。人与山水的往还，是一次调适身心的审美活动，有种美学的惊奇只有在旅游中、在与山水打照面时才能感觉到。“杏花春雨江南”是一种柔和情韵，“骏马西风冀北”也别有冷峻风味。在山水中我们跳出了自己与外界晨昏相亲的惯性的惰性，努力去寻找另外的“眼神”，别样的“妩媚”。把自己的整个身心交出去，直接与山水晤谈，使自己的全部感官向天地开放，并且接受自然的赠礼，养成胸襟，培育情怀。在自然中实现自由，把山水当成了朋友——故有《交游风月——山水美学谈》。

人生两件事，一为劳作，一为休闲。不劳作，即是休闲，但“休闲”从来没有像今天这般成为一件郑重之事。



时代在加速，人生的旅程也仿佛越来越快，人们都拼命往前赶，悖谬之处就在于，加快步伐是为了能够有一天可以慢下来“休”，努力挣钱是为了有一天可以堂而皇之地“闲”。休闲是什么？是一个产业，是一个节目，是一次公关。对很多人来说，休闲是一种有目的的消费活动，越来越多的人进入“忙着休闲”的尴尬状态。未被异化的“休闲”是怎样的？怎样才能优雅地生存？“休闲”二字意味深长——故有《闲暇是金——休闲美学谈》。

人类最初是穴居的动物，今天越来越追求“生活品质”、越来越强调物性享受的人们，更加需要一个安身立命之所。身处荒野需要一片遮挡烈日的荫凉，寒意袭人时需要一个遮风避雨的小窝。美好的自然环境、优雅的庭园环境、舒适的室内环境，成为人们评估自身或他人生活状态的重要参数。居室内外的环境，既是一个技术问题，更是一个美学问题——故有《温馨的家园——居住美学谈》。

生活如万花筒，五光十色，除了以上的以外，网络与美容在我们的生活中也日益充当重要的角色，我们即将推出的还有网络美学与美容之道等著作。

著名哲学家成中英教授认为，本体在诠释中显现，真理就是真理的直接陈述。对任何新生的经验来说，都有一个从无序到有序、从个人体验到公共规范的过程，标准不是圣人一手裁定的，而是逐渐生成、不断涌现出来的。累积起来的经验得到把握以后，也就融入到了传统之中。的



SINUE DE KUANGHUAN

肆虐的狂欢

总 序

确，经验是值得重视的，正是生生不息的经验之流使得人们对于“美”的理解不断深入和丰富起来。原有的审美标准被解构了，但新经验的融合和聚合必定会重构出新的价值标准，培育出新的审美感官，创生出新的生存理解。从这个意义上说，“美”的确是语用化的，我们完全可以暂时搁置形而上之思，在传媒、网络、山水、休闲、居室、美容这些“形而下”的经验现象中窥见“道”的显现。

美总是在具体的境遇中敞开。就让我们在与美迎面相逢或擦肩而过的现实境遇里，“析万物之理，判天地之美”。

引 言

人很容易夸大自己所处的时代，总觉得正在经历的一切都显得意味深长。但是今天的人们确有理由说上一句“我们的二十年活过前人的两个世纪”。只不过，我们永远也无法确认，这种高密度、快频率的生活，是否就一定比以前那缓慢而悠长的岁月更值得珍视。我们得到了很多，但那遗失了、无法追赎的美好又何尝少呢？

夕阳落山，烟霭弥漫，万物融汇一体，恍恍惚惚，如入无我的境界。无人语，无物音，无灯影，惟见山色苍苍，



暮色茫茫。多么幽寂的黄昏！

独自伫立于蓝色之中，侧耳倾听，惟有蛙声。

这才是真正黄昏的声音。

这是日本作家德富芦花一篇随笔中的句子。这是我们曾经历过、感动过、然而却已经越来越疏远的自然。它更多地存留于我们的记忆，要想旧梦重温已变得可遇不可求。即便旅游的足迹不断向大地的深处、向天空的高处延伸，我们也很难找到一块如此干净的自然。地球怎么变得这么小？手机信号和电视直播信号都已成功登上了珠峰，似乎任何神秘的区域都可以被转化为一个影像。

这就是现代传媒的力量。它的触须无处不在，随时在修饰着我们原来稳固不变的家园感。麦克卢汉说得对，媒介是人体的延伸。现代传媒的大网取代了自然，成为我们安顿身心的家园。我们每个人都依赖于传媒，编织着传媒，就像比尔·盖茨说的那样，把自己当成一只“渺小的飞蛾”。

我们脚下的道路不再坚固。我们身体的感觉天翻地覆。许多东西的实体性越来越弱。虚拟的影像梦幻般飞舞。很多时候，我们变得前所未有的迷惘。新奇之物层出不穷，种种现象令我们错愕，在感受大众传媒现象的神奇和精彩的同时，我们也失去了起码的判断力和解释力，至于预知未来就更显得虚妄。

脚踩着的是流沙，可以感觉到意义在迅速地流失，又在以新的方式聚合。空间的壁垒消失了，但时间的隔膜却不断加剧。有许多事情，从经典美学的眼光来看，已完全不可理喻。



理论是笨拙的，它往往只对过去的经验负责；理论又是必不可少的，因为体验本身无法言说，需要理性去耐心打捞在河流中游弋不止的生物，而这就叫做理解。

没有理解就不可能有生存的妥帖之感。正如我们面对一款无法把握的游戏时，心里会生出强烈的焦虑和不安。福柯说，人在游戏中，只有当懂得这种游戏是你自己的而不是其他人时，你才拥有了自由。皮亚杰也说，在理解规则之前，游戏就毫无意义，人生不过是不断地到一个新的地方，与新的玩家，玩一个老的游戏。

传媒社会中，身体的位置在哪里？身份如何成为一个镜像？技术和媒介怎样楔入我们的感官？那被引爆的狂欢是一个审美的高潮还是一场审丑的高烧？传统媒介的书写方式命运如何？大众传媒能否肩负起此岸牵挂和彼岸眺望的职责？在影像中嬉戏的人们具有什么样的精神状态？媒介如何悄悄地修改着我们的情爱知觉？

生活于传媒之中，就是置身于一个巨大的美学现场。

乱花渐欲迷人眼。一切都显得纷乱杂沓，需要适时地作出解释。缺乏有效解释的价值评判常常显得生硬而空洞，甚至会有几分蛮横无理的霸道。

也许可以从书中发现很多理论：身体消费理论、意象形态理论、技术快感理论、狂欢审丑理论、身体媚俗理论、泛娱乐化理论、图像幻觉理论，还有媒介性别理论，诸如此类。但这里不是一个混乱理论的大拼盘，也不是空洞理论的演练场，不妨说这些藉以把握传媒现象的理性话语，恰恰是经验现象自身给出的，就像是一个阐释学的循环。

有几个信念贯穿了全书。其一是我把媚俗视为当代传媒美学的大敌。无论是隐喻性的身体、强化身份感的广告符号还是侵蚀狂欢的病毒，都因此领受了较为严厉的批评。至于低俗、庸俗之类，当然也是当今需要直面的传媒之弊，但有些时候人们的指责却未必那么公道，更多的是出自一种过于高蹈的道德主义和严重滞后的审美惰性。

其二是我对与自然相亲近的传统媒介尤其是书写文化抱有一种美学上的同情和依恋。无论传媒多么发达，无论仿真技术多么高明，无论电子的虚拟形态多么贴近感官，甚至能够进入我们的中枢神经，制造整体性的快感，直接的经验现实是始终不该受到漠视的。如同德国美学家韦尔施所言，人们在享受着新媒介的同时，始终在寻求着“非电子经验的再确认”。德富芦花那“黄昏的声音”何其诱人！审美乱象之中，终需有那清泉一泓。

其三是我相信美的诠释、创造、判断的重心正在整体下移。从“大祭司——牧师时代”下移到“哲学家——艺术家时代”，进而到了今天传媒时代的“设计师——平民时代”，也即从“传递永恒神意”到“天才替自然立法”，直至“美的民主、民选时代”，至少这一趋势在不断加强，并且已经在某些传媒美学现象中得到了验证。美的形象并不一定符合那终极的神灵般的“完善”，仿佛那比例、和谐是宇宙和上帝的奥秘，因此也必定是美的绝对要素；审美评判标准不一定由更接近自然的天才（裁判）来设定，在更多的时候，评判权其实就是一种特权甚至威权；大众传媒时代，美的偶像都是自我的共同投射，美的偶像本身就是由他们来造就、来选定的——互

动式的传媒手段使得人们的选择成为可能，并且那传媒映像也不仅仅是一个有待静观和欣赏的对象（传统的男性化注视方式），而成为与自我高度融合的一个共享角色。

那么，就让我们的美学，在大众传媒的天地之间，在这一个正在疯狂扩张的大工地般的现场，进行一次超低空飞行吧。