

余虹 主编

审美文化导论

彼黍离离 彼稷之苗
行迈靡靡 中心摇摇
知我者 谓我心忧
不知我者 谓我何求
悠悠苍天 此何人哉
彼黍离离 彼稷之穗
行迈靡靡 中心如醉
知我者 谓我心忧
不知我者 谓我何求
悠悠苍天 此何人哉
彼黍离离 彼稷之实
行迈靡靡 中心如噎
知我者 谓我心忧
不知我者 谓我何求
悠悠苍天 此何人哉

——诗经·王风·黍离



余虹 主编

审美文化导论

撰写人员:

余虹 (中国人民大学)

张法 (中国人民大学)

肖鹰 (清华大学)

吴兴明 (四川大学)

冯黎明 (武汉大学)

欧阳友权 (中南大学)

张永青 (中国人民大学)

陈奇佳 (中国人民大学)

杨俊蕾 (复旦大学)

图书在版编目(CIP)数据

审美文化导论 / 余虹主编. —北京: 高等教育出版社,
2006. 8

ISBN 7-04-019185-7

I. 审... II. 余... III. 审美分析—文化
IV. B83-0

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 076863 号

出版发行	高等教育出版社	开 本	800 × 1050 1/16
社 址	北京市西城区德外大街 4 号	印 张	22.5
邮政编码	100011	字 数	240 000
总 机	010—58581000	版 次	2006 年 8 月第 1 版
		印 次	2006 年 8 月第 1 次印刷
经 销	蓝色畅想图书发行有限公司	定 价	58.00 元
印 刷	北京佳信达艺术印刷有限公司		
购书热线	010—58581118		
免费咨询	800—810—0598		
网 址	http://www.hep.edu.cn		
	http://www.hep.com.cn		
网上订购	http://www.landraco.com		
	http://www.landraco.com.cn		
畅想教育	http://www.widedu.com		

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题, 请到所购图书销售部门联系调换。

物料号 19185-00

策划编辑 徐莉萍 责任编辑 刘新英
书籍设计 刘晓翔 责任校对 张 颖
责任印制 朱学忠

版权所有 侵权必究

内容简介

本书作为大学通识课教材，旨在传授有关审美文化的基本知识。全书分为两大部分。上篇为“审美文化的历史样态”，着重从纵向上、整体上描述中西审美文化的主要形态与特点，旨在让学生以历史的眼光从宏观上把握审美文化。下篇为“审美文化的当代状况”，集中在横向上对审美文化当代状况的主要方面进行具体深入的描述与分析，旨在让学生从切身的经验出发对当代审美文化的本质、特点、类型与意义有较为全面的了解。全书以个案分析为主要手段，以基本知识的贯通为结构骨架，以深入浅出为行文的基本风格，以图文并茂为全书的整体样式，以思考题和参考书目为启发引导的线索。寓教于乐，雅俗共赏，便于教学与自学。



余虹 文学博士，中国人民大学中文系教授，博士生导师，国家重点学科文艺学学科带头人，人大复印资料《文艺理论》主编，西南交通大学艺术与传播学院特聘讲座教授，复旦大学文艺学与美学研究中心兼职教授，四川大学比较文学与世界文学研究中心兼职教授，全国中外文艺理论学会理事，中国古代文学理论学会理事。主要著作：《思与诗的对话——海德格尔诗学引论》（中国社会科学出版社1991年），《中国文论与西方诗学》（三联书店1999年），《艺术与精神》（社会科学文献出版社2000年）；《革命·审美·解构——20世纪中国文学理论的现代性与后现代性》（广西师范大学出版社2001年）。《艺术与归家——尼采·海德格尔·福柯》（中国人民大学出版社2005年）。在《中国社会科学》、《文学评论》、《文学评论丛刊》、《文艺研究》、《外国文学评论》、《外国文学研究辑刊》、《外国文学研究》等刊物发表论文近百篇。

郑重声明 高等教育出版社依法对本书享有专有出版权。任何未经许可的复制、销售行为均违反《中华人民共和国著作权法》，其为人将承担相应的民事责任和行政责任，构成犯罪的，将被依法追究刑事责任。为了维护市场秩序，保护读者的合法权益，避免读者误用盗版书造成不良后果，我社将配合行政执法部门和司法机关对违法犯罪的单位和个人给予严厉打击。社会各界人士如发现上述侵权行为，希望及时举报，本社将奖励举报有功人员。

反盗版举报电话：(010) 58581897

58581896 / 58581879

传真：(010) 82086060

E-mail: dd@hep.com.cn

通信地址：北京市西城区德外大街4号

高等教育出版社打击盗版办公室

邮编：100011

购书请拨打电话：(010) 64014089 / 64054601

64054588

目录

第一章 绪论	1
第二章 中国文学史的发展概况	2
第三章 中国文学史的研究方法	3
第四章 中国文学史的研究对象	4
第五章 中国文学史的研究意义	5
第六章 中国文学史的研究现状	6
第七章 中国文学史的研究展望	7
第八章 中国文学史的研究成果	8
第九章 中国文学史的研究问题	9
第十章 中国文学史的研究方法	10
第十一章 中国文学史的研究对象	11
第十二章 中国文学史的研究意义	12
第十三章 中国文学史的研究现状	13
第十四章 中国文学史的研究展望	14
第十五章 中国文学史的研究成果	15
第十六章 中国文学史的研究问题	16
第十七章 中国文学史的研究方法	17
第十八章 中国文学史的研究对象	18
第十九章 中国文学史的研究意义	19
第二十章 中国文学史的研究现状	20
第二十一章 中国文学史的研究展望	21
第二十二章 中国文学史的研究成果	22
第二十三章 中国文学史的研究问题	23
第二十四章 中国文学史的研究方法	24
第二十五章 中国文学史的研究对象	25
第二十六章 中国文学史的研究意义	26
第二十七章 中国文学史的研究现状	27
第二十八章 中国文学史的研究展望	28
第二十九章 中国文学史的研究成果	29
第三十章 中国文学史的研究问题	30
第三十一章 中国文学史的研究方法	31
第三十二章 中国文学史的研究对象	32
第三十三章 中国文学史的研究意义	33
第三十四章 中国文学史的研究现状	34
第三十五章 中国文学史的研究展望	35
第三十六章 中国文学史的研究成果	36
第三十七章 中国文学史的研究问题	37
第三十八章 中国文学史的研究方法	38
第三十九章 中国文学史的研究对象	39
第四十章 中国文学史的研究意义	40
第四十一章 中国文学史的研究现状	41
第四十二章 中国文学史的研究展望	42
第四十三章 中国文学史的研究成果	43
第四十四章 中国文学史的研究问题	44
第四十五章 中国文学史的研究方法	45
第四十六章 中国文学史的研究对象	46
第四十七章 中国文学史的研究意义	47
第四十八章 中国文学史的研究现状	48
第四十九章 中国文学史的研究展望	49
第五十章 中国文学史的研究成果	50
第五十一章 中国文学史的研究问题	51
第五十二章 中国文学史的研究方法	52
第五十三章 中国文学史的研究对象	53
第五十四章 中国文学史的研究意义	54
第五十五章 中国文学史的研究现状	55
第五十六章 中国文学史的研究展望	56
第五十七章 中国文学史的研究成果	57
第五十八章 中国文学史的研究问题	58
第五十九章 中国文学史的研究方法	59
第六十章 中国文学史的研究对象	60
第六十一章 中国文学史的研究意义	61
第六十二章 中国文学史的研究现状	62
第六十三章 中国文学史的研究展望	63
第六十四章 中国文学史的研究成果	64
第六十五章 中国文学史的研究问题	65
第六十六章 中国文学史的研究方法	66
第六十七章 中国文学史的研究对象	67
第六十八章 中国文学史的研究意义	68
第六十九章 中国文学史的研究现状	69
第七十章 中国文学史的研究展望	70
第七十一章 中国文学史的研究成果	71
第七十二章 中国文学史的研究问题	72
第七十三章 中国文学史的研究方法	73
第七十四章 中国文学史的研究对象	74
第七十五章 中国文学史的研究意义	75
第七十六章 中国文学史的研究现状	76
第七十七章 中国文学史的研究展望	77
第七十八章 中国文学史的研究成果	78
第七十九章 中国文学史的研究问题	79
第八十章 中国文学史的研究方法	80
第八十一章 中国文学史的研究对象	81
第八十二章 中国文学史的研究意义	82
第八十三章 中国文学史的研究现状	83
第八十四章 中国文学史的研究展望	84
第八十五章 中国文学史的研究成果	85
第八十六章 中国文学史的研究问题	86
第八十七章 中国文学史的研究方法	87
第八十八章 中国文学史的研究对象	88
第八十九章 中国文学史的研究意义	89
第九十章 中国文学史的研究现状	90
第九十一章 中国文学史的研究展望	91
第九十二章 中国文学史的研究成果	92
第九十三章 中国文学史的研究问题	93
第九十四章 中国文学史的研究方法	94
第九十五章 中国文学史的研究对象	95
第九十六章 中国文学史的研究意义	96
第九十七章 中国文学史的研究现状	97
第九十八章 中国文学史的研究展望	98
第九十九章 中国文学史的研究成果	99
第一百章 中国文学史的研究问题	100

引言 → 1

上篇：审美文化的历史样态 → 13

第一章 西方审美文化 → 15

第一节 人神游戏：古希腊审美文化 → 16

第二节 道成肉身：中世纪审美文化 → 27

第三节 人性显现：现代审美文化 → 42

第四节 感性碎片：后现代审美文化 → 50

第二章 中国审美文化 → 65

第一节 京城威势：儒家型审美文化 → 67

第二节 山林淡雅：道家型审美文化 → 77

第三节 佛寺香火：佛教型审美文化 → 88

第四节 庭院精神：士人型审美文化 → 100

第五节 戏曲形象：民间型审美文化 → 109

下篇：审美文化的当代状况 → 119

第三章 当代审美文化的结构 → 121

第一节 艺术/生活 → 123

- 第二节 大众/精英 → 128
- 第三节 保守/前卫 → 136
- 第四章 消费审美文化 → 145
 - 第一节 作为消费活动的审美 → 146
 - 第二节 消费时代的审美诉求与社会生活感的变迁 → 154
 - 第三节 商业美学设计与文化工业 → 160
- 第五章 技术审美文化 → 169
 - 第一节 技术文化的形成 → 170
 - 第二节 技术与审美的关系 → 175
 - 第三节 科学技术的审美功能 → 181
 - 第四节 技术物品的审美特征 → 189
- 第六章 网络审美文化 → 199
 - 第一节 互联网及其特点 → 200
 - 第二节 网络审美文化形态 → 205
 - 第三节 网络审美文化的特征与局限性 → 216
- 第七章 影视审美文化 → 225
 - 第一节 拟真 → 229
 - 第二节 现代时空意识 → 236
 - 第三节 表相化 → 242
 - 第四节 互文性 → 247

第五节 电影文化与电视文化之异同 → 251

第八章 时尚审美文化 → 257

第一节 没完没了的追逐 → 258

第二节 变幻不定的面孔 → 261

第三节 反大众的大众文化 → 268

第四节 时尚的反面是经典 → 279

第九章 青春审美文化 → 285

第一节 审美青春 → 286

第二节 青春风格 → 289

第三节 青春喜剧 → 297

第十章 当代审美文化的基本取向 → 307

第一节 世俗化与光晕的消失 → 308

第二节 平面化与深意的幻化 → 317

第三节 新奇化与感觉的漂泊 → 326

第四节 娱乐化与失重的轻松 → 332

第五节 生活化与无边的审美 → 338

引言

审美文化与个体审美
审美文化与其他文化领域
关于本书

美利利公司出版

当代人生活在无所不在的审美文化之中已是一个了然的事实。我们出门讲究衣着体态，我们偏爱现代风格的写字楼或着迷于古典风格的办公楼，我们更换不同款式的手机，我们在窗台上装点一些绿色，我们挑剔电视节目主持人的脸蛋，我们对一些城市贴满瓷砖的墙壁看不顺眼，我们常常对那些不想看到而又总是扑面而来的广告愤怒不已，对那些不想听到而总是鼓噪于耳的风景区导游的讲解感到厌倦……

审美文化已然渗透在我们的日常生活和精神生活之中，它构造着我们的生活世界，也塑造着我们的身体与灵魂。然而，对审美文化我们了解多少呢？我们有必要了解它吗？它究竟有些什么内容？这本书想与你一起探讨这些问题。

一、审美文化与个体审美

中国诗人阿坚在20世纪80年代写过一首诗，名曰《风景白搭》，其诗如下：

峡江森林雪峰，你被淹在美里

你跳你喊你打滚你脱衣裳

你揪住一个当地人摇晃

他问你要干啥你要干啥

你喊风景风景你给我好好看看

他说啥风景啥也没有啥也没有^[1]

“你”到了峡江森林雪峰，“你”被那“风景”的美淹没了，“你”激动不已，“你”要与“他”分享风景的美，而“你”失败了，因为“他”没看到什么“风景”。是什么使“你”在峡江森林雪峰那里看到了风景？又是什么使“他”不能在此看到风景？诗中有一暗示：“他”是“当地人”。何以这个当地人就不能从峡江森林雪峰那里看到风景？你这个外地人就能从中看见风景？“风景”意味着什么？据了解，诗中的“你”就是生活在北京的诗人本身。峡江森林雪峰能在一个来自北京的外地人那里成为风景，而在当地人那里不能，这是怎么回事？其实，“风景”根本就不在这个当地人的世界中存在，他不可能将他每天都看到的峡江森林雪峰与“风景”关联起来，他只能看到峡江森林雪峰而看不到风景。相反，对“你”来说，将峡江森林雪峰与风景关联起来太容易了，简直是自然而然的，仿佛峡江森林雪峰本来就是风景。

于是，这首诗给我们这样一些提示：（1）峡江森林雪峰并不天然就是风景，并不天然就能给人以风景式的审美激动。峡江森林雪峰要在某人眼里显示为风景必须以他对风景的知识为前提，而一个人有关风景的知识却是一种文化修养，显然，那个当地人没有这种修养。（2）有关风景的知识就是审美文化的一部分。“风景”不是一种自然存在而是一种审美观念或文化观念，虽然它可以被审美的人套在某个自然对象上。（3）个体审美活动的发生与审美观念的暗示引导有关。

[1] 阿坚：《风景白搭》，未刊稿。

因此，我们说：**审美观念是使个人的审美活动得以成为可能的前提，它是审美文化的核心部分。**

如果说审美观念使个人的审美活动成为可能，审美趣味则制约着个人的审美取向。在2005年湖南卫视“超级女声”的选拔中，我们可以看到截然不同的两种趣味。年轻族大多着迷于既酷又帅、性别特征暧昧的李宇春，中年人则大多喜欢柔美文静而女性特征明显的张靓颖。两代人审美趣味的不同显然与特定的文化背景有关。据有关资料显示，绝大多数“玉米”^[1]是1980年后出生的年轻人，他们是在反传统的中性化风潮中长大，并在“酷”、“帅”等字眼的熏陶下形成自己的审美趣味的；而绝大多数“凉粉”则是出生于五六十年代的中年人，他们是在严格区分男女的社会文化氛围中长大，并在有关女性应该“柔美”而“文静”的审美教化下形成自己的审美趣味的。审美趣味也是一种文化现象。古希腊人认为强健的人体是神性的标志，它很美，于是在奥林匹克运动会和神像雕塑中裸露之；中世纪的基督徒认为肉体是罪性的根源，它很丑，于是在日常生活与绘画中都要深蔽之。偏远乡村的女孩多喜欢鲜艳的花布衣裳，城市的女孩则多偏好素色服装；清人看女人小脚和男人的辫子顺眼，今人则难以接受；20世纪90年代以前读杨朔式的抒情散文极易动心，现在接受类似抒情却十分艰难；过去看林黛玉的羞羞答答很美，现在看小燕子的大大咧咧很爽……这一切是怎么回事？是什么让我们的看与听发生了变化？是作为审美文化之一部分的“审美趣味”。**审美趣味是一种引导并制约着个体如何审美的文化力量。**

审美趣味凭什么引导并制约着个体审美呢？想一想，如果没有曹雪芹的林

[1] 在2005年湖南电视台“超级女声”的民选中，超女冠军李宇春的追星族被称为“玉米”，超女亚军周笔畅的追星族被称为“笔亲”，超女季军张靓颖的追星族被称为“凉粉”。

黛玉,弱不禁风的病态审美有什么依托?如果没有希腊艺术家雕塑的神像,强健的身体审美有什么根据?如果没有赵飞燕,苗条如何领一代风骚?如果没有杨贵妃,如何为肥硕之美辩护?如果没有李白的诗,豪迈之美如何让无数的人折腰?如果没有白居易的诗,平易之美又如何令人赞叹?如果没有波德莱尔的诗,我们能审丑吗?如果没有麦克尔·杰克逊,能有那么多“玉米”吗?如果没有卡通机器猫,能有那么多“笔亲”吗?……正是形形色色的审美范型作为承载某种审美趣味的事物而引导着审美大军的不同走向。最显著的审美范型是所谓经典,它包括文学艺术世界中的经典与日常生活世界中的经典,而当代流行艺术与各路明星乃是当代审美经典的主要样式,它们主宰着当代审美的基本取向。

在我们的审美经验中还有一种现象,那就是我们的审美常常是有禁忌的,换句话说,我们的审美绝不是无政府主义的,而是被允许的。在改革开放前,男女之间明目张胆地互相观赏是不被允许的,他们只能互相偷看;穿奇装异服是不被允许的,因为那是没落的资产阶级的臭美,人们只能穿劳动人民的衣服,因为那是健康的美;在中国古代,非礼勿视、非礼勿听,人们的审美活动是受到道德规范管束的;在西方中世纪,美是上帝的荣耀,任何迷恋尘世的美都是有罪的,为此,奥古斯丁写下了他那著名的《忏悔录》,对自己曾经沉迷于感官之美表示忏悔。在特定的文化境域中,什么样的审美活动被允许,什么样的审美活动被禁忌,人们大多心知肚明,因此,大多数人的审美活动都是在特定的界线之内进行的。至于那些少数的违禁者,他们或被斥为政治上的反动,或被贬为道德上的邪恶与宗教上的堕落,或多或少都要受到严厉的惩罚。我们将这种

对人们的审美活动进行管制的意识形态称为审美的权力机制。

显然，所谓“审美文化”至少包含上述审美观念、审美趣味、审美范型与审美的权力机制。这种审美文化首先是非个人的、公共的、集体无意识的；其次，它是个体审美活动的文化前提或前结构，离开了它，个体审美是不可能的；再次，它对个体进行审美的教化、规训、引导、评价与限制，没有什么人能摆脱它的影响，但也有人反叛它，背离它，动摇它，比如历史上的前卫或先锋^[1]；最后，审美文化相对稳定，但不是永世不变的。

二、审美文化与其他文化领域

审美文化是整体文化的一部分，那么，何为“文化”？要回答这个问题很不容易。首先要明确的是，我们今天所用的“文化”一词虽有汉语的书写样式和读音，但它的概念内涵却是从西方移植过来的，确切地说，它是对“culture”一词的翻译，即它的概念内涵是 culture 的所指。

英国学者雷蒙·威廉斯在《关键词：文化与社会的词汇》中说“culture”是英语中最复杂的两三个词之一，美国人类学家克鲁伯和克拉克洪就列举过一百六十多个有关 culture 的定义。与我们的论题相关而具有参考价值的是雷蒙·威廉斯的下述说法：“在考古学与‘文化人类学’里，‘文化’或‘一种文化’主要是

[1] 参见本书第三章第三节。

指物质的生产，而在历史与‘文化研究’里，主要是指‘表意（signifying）’或‘象征的（symbolic）’体系。”^[1]显然，我们的研究属于历史与文化研究的范畴，因此，在我们的概念使用中，“文化”主要指“‘表意’或‘象征的’体系”，这在我们前面对个体审美与审美文化的现象考察中也可见出。我们所谓的“审美文化”之“文化”指的就是由审美观念、审美趣味、审美范型和审美意识形态所组成的“表意或象征体系”。

如果说“文化”指“表意或象征体系”，那么，“审美文化”也就指“审美的表意或象征体系”了。于是，我们又不得不对“审美的”这个形容词的概念内涵进行说明。与“文化”一样，“审美的”一词虽也有汉语的书写样式和读音，它的概念内涵也是从西方移植过来的，确切地说，它是对“aesthetic”一词的翻译，即它的概念内涵是aesthetic的所指。据雷蒙·威廉斯的《关键词：文化与社会的词汇》，英文“aesthetic”的词源最早可追溯到希腊语词“aisthesis”，意指“感官的察觉”。“在希腊文中，aesthetic的主要内涵是指可以经由感官察觉的实质的东西，而非那些只能经由学习而得到的非物质、抽象之事物。”^[2]由此，我们可以得到“审美的”这个形容词的最为基本的含义：与感官察觉有关的。为此，有人径直将“aesthetic”翻译为“感性的”。然而，值得注意的是，汉语“感性的”也是对西语“perceptual”的翻译，而在西方语境中，“perceptual（感性的）”与“rational（理性的）”以及“divine（神性的）”迥然有别甚至对立，因此，将“aesthetic”翻译为“感性的”容易使人将“审美的”与“理性的”和“神性的”分离开来。而事实上，在康德哲学美学那里，“aesthetic（审美的）”处在“感性

[1] 雷蒙·威廉斯：《关键词：文化与社会的词汇》，刘建基译，生活·读书·新知三联书店2005年版，第107页。

[2] 雷蒙·威廉斯：《关键词：文化与社会的词汇》，刘建基译，生活·读书·新知三联书店2005年版，第1页。