



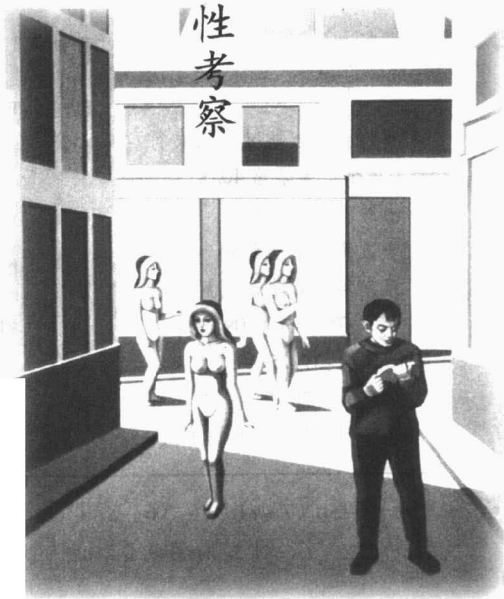
新视界文丛

丛书主编 刘成纪

梦幻之城

——当代城市审美文化的批评性考察

罗筠筠 著



图书在版编目(CIP)数据

梦幻之城——当代城市审美文化的批评性考察/罗筠筠
著. —郑州:郑州大学出版社,2003.7
(新视界文丛/丛书主编刘成纪)
ISBN 7-81048-706-X

I. 梦… II. 罗… III. 城市-审美-文化-研究-
中国 IV. G122

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 001599 号

郑州大学出版社出版发行

(郑州市大学路 40 号)

邮政编码:450052)

出版人:谷振清

发行部电话:0371-6966070

全国新华书店经销

河南第一新华印刷厂印制

开本:787mm×1092mm

1/18

总印张:37.25

总字数:776 千字

版次:2003 年 7 月第 1 版

印次:2003 年 7 月第 1 次印刷

书号:ISBN 7-81048-706-X/B·11 总定价:75.00 元 分册定价:25.00 元

本书如有印装质量问题,由承印厂负责调换

内容提要

审美文化研究是 20 世纪 90 年代以来美学研究领域中的热点,一方面是其研究为美学理论研究提供了更为广泛的研究视野与关注领域,另一方面它也反映了 90 年代以来社会意识形态尤其是文学艺术与其他审美领域中对这方面理论研究的迫切性要求。中国当代的审美文化主要表现为城市审美文化,因而对于当代城市审美文化的研究,是把握当代中国审美文化的特征、性质、走向的关键。本书首先讨论了当代中国城市审美文化现状及其特征与性质,并分析了当代文学、艺术、科技、设计与传播、全球化趋势对审美文化的冲击与影响,最后对建构 21 世纪的审美文化提出了设想。

目 录

一 当代中国城市审美文化现状	1
(一) 悄悄走近我们的审美文化	2
20 世纪 90 年代以来,审美文化研究的热潮蓬勃兴起,这既是美学理论发展本身的内在要求,同时也体现了社会文化与审美现象不断变化更新的外在要求。	
(二) 多元化的审美文化现状	3
当代城市审美文化的问题十分复杂。多元化、不同层次的社会群体的审美观念体系、行为方式,及其审美文化需求的特点,大致勾勒出当代城市审美文化的特征。	
(三) 与审美文化相关的审美教育现状	11
当代城市审美文化与青少年美育之间存在着十分密切的内在联系,但目前我们对这方面的研究很不够,还存在一个误区,即明显地缺乏当代性与实践性。	
二 当代中国城市审美文化的特征与性质	15
(一) 无信仰的信仰、非崇拜的崇拜:走向平庸	16
当信仰失去了真诚,就成了无信仰的信仰;当崇拜出于盲目性,就成了非崇拜的崇拜。这种信仰与崇拜与原来意义的信仰与崇拜可以说是两码事,它只是一种虚假的、暂时性的心理状态而已。	
(二) 为流行而流行、为时髦而时髦:人格异化	18
今天的审美文化内涵已经发生了根本性的转变,从传统的与意识形态及宗教紧密相关转向了与商品意识紧密相关。因而,如果对这种转变没有清楚的认识,就很难在时髦与流行的诱惑下不随波逐流。	
(三) 文化失去圆心、品味让位卖点:急功近利的文化战略	21
今天,令人担心的还不只是大众失去信仰后走向平庸、追求时髦中人格异化,对于建构理想的审美文化和社会文明来说,更令人担忧的是社会的舆论导向和文化战略的偏差。	
三 文艺与城市审美文化	25

(一) 无能为力的中国艺术精神:世纪末文艺创作心态 25

曾几何时,艺术仍旧蓬蓬勃勃地发展,而中国艺术精神却悄然消失了。那不朽的艺术精神,那人生艺术化的追求,在当代纷纭复杂的形式下,在西方文化的猛烈撞击中,我们到何处寻觅它的踪影?

(二) 逝去的田园牧歌:世纪末大众审美心态分析 32

小说作为审美文化的物化产品之一,它的成功与否,除了它本身的文学价值和审美价值外,必须联系当时的社会文化背景和读者的文化审美心态,才能得到更好的解释。

四 车轮与信息:现代科技对审美文化的影响 39

(一) 现代科技发展对文化艺术的渗透 39

现代科技造就了现代社会,现代社会造就了现代人,现代人又造就了现代艺术;现代艺术形成了现代的审美趣味与审美理想,现代的审美趣味与审美理想缔造了当今的城市审美文化。

(二) 审美观念的现代转变 41

对于许多普通读者或观众来说,即使是在 21 世纪的今天,欣赏某些现代派的小说、绘画、音乐乃至建筑作品,仍然会遇到某种“审美困难”。这是因为大多数普通人的审美观念仍然是古典主义的,还没有发生所谓的“现代转变”。

(三) 现代科技对艺术的影响为美学与审美文化提出的新课题 64

艺术的革命最终必然导致美学理论上的革命,正如古典艺术创作手法的条条框框已不再适应现代人的情绪表现一样,古典美学的概念、范畴、体系对总结 20 世纪的艺术发展来说显得无能为力。

五 设计与传播对城市审美文化的影响 69

(一) 无处不在的现代设计 69

今天的设计,不仅仅是指向一个产品的设计。广义的“设计”概念,实际上与文化的整体创造密切相关。把握了这一点,再来探讨当代城市审美文化中的设计问题,便如同有了举目之纲。

(二) 迷失在五光十色的视觉形象中 77

如果说人类文化的发展经历了从“视文化”到“读文化”，再到“视文化”的发展过程的话，无疑今天的视觉文化是极其丰富、多样、复杂甚至是混乱的。

(三) 品味的裁决者：时尚文化评论家 81

对于大众审美文化而言，其传播媒介主要依赖于一批专门从事宣传、经营、批评的中间人，当然最重要的是从事评论与批评的专家。

(四) 灵感、潮流与文化 83

时装设计是一种独特的艺术创造，它一方面要求设计师有不断产生新的、具有独创性的创作灵感的心理素质、知识背景与理论素养，另一方面也要求设计师对其所处时代的社会文化、艺术的发展趋势与特点有全面的把握。

六 文化的全球化与当代中国城市审美文化 87

(一) 势不可挡的全球化潮流 87

在当前全球化的脚步离我们越来越近的時刻，如何既保持自己的审美文化传统，又能够跟上全球化的步伐，这将是当代中国城市文化面临的一个重要问题。

(二) 案例：四合院文化困境与出路 91

意识形态及其物化成果，乃至人们具体的生活方式和习俗都不同程度上受到“全球化”的影响。北京传统民居四合院建筑在全球化文化趋势下所面临的困境与出路就是一例。

七 当代中国城市审美文化建构 103

(一) 谁来建构当今城市的审美文化 105

审美文化应该是人类的审美行为模式、审美价值观念和审美理想的自我表现，这种自我表现既以精神形态体现出来，同时也以它的物化产品体现出来。

(二) 给我一个适于生存的家園 115

能使人肉体上得到休息，精神上得到调节的优美、舒适的生活环境，是人们渴望和追求的目标，也是从事审美文化研究工作的人所应努力的方向。

(三) 给我一张个性化的脸 130

大众文化发展本身也会给视觉形象问题提出许多值得参考的东西,如形象的审美标准、审美趣味的多元化等。

(四) 穿在身上的第八艺术 **146**

首先要对服装的实用、象征和审美作用有清楚的认识,才能够理解服装在不同民族、不同时代、不同年龄、不同职业、不同形体的人们身上的不同的审美特点。

(五) 品出味外味的境界来 **162**

“饮食文化”之所以在中国古代文化中占据重要地位,不仅由于中国闻名四海的美味佳肴引起人的乐趣和尊重,更是因为,饮食的诸种乐趣已深浸到中国人生活的各个方面。

(六) 我的家不是宾馆 **176**

与城市居民生活联系最紧密的是室内设计。但是,纵观上个世纪末到本世纪初中国城市住宅装修业的状况,实在不能令人满意。

一 当代中国城市审美文化现状

现时代的本质性现象之一是它的科学。一个同样重要的现象是机器技术。……第三个同样本质性的现象,是艺术滑进了美学的视界。……第四个现时代现象是,人类活动被当做文化来设想和实现,文化则因此成为通过照料人的最高财富而实现的一切最高价值。……第五个现象是诸神的隐退。这并不是说我们再也不能像古人那样拥有那么多的神——偶像了,而是说我们现在正陷入可怕的虚无主义的深渊。^①

马丁·海德格尔^②

今天,生活在紧张的现代生活中的城市人,他们的审美观念必然地打上了我们这个时代的烙印,而这恰恰表现在城市审美文化的诸方面中,尤其是人们的审美观念体系或者说审美意识的自觉与成熟上。从表面上看,在今天这个广大的世界地球村中,灯火辉煌的不夜城代替了旧城市中起早贪黑的集市;穿梭各地的飞机火车取代了旧城市中的车水马龙;酒楼茶肆不再是中国传统的一两层的木质彩楼,而是直冲云霄、装饰豪华的摩天大楼;旧式中国城市中的诸色杂卖,湮没在一座座气派的现代化商城中,或成为它门前的点缀;电影电视中展示着现代的百戏诸艺;三教九流仍然忙忙碌碌,迎来春日,送走寒冬。今天的城市人却比以往的城市人更累了,身处激烈的竞争下,人们很难再随遇而安,在空气、环境、噪声的污染中难寻良辰美景,知识分子开始向往“后现代”,越来越多的人懂得了应该保持生态平衡。在这样新的城市环境中,审美文化也必然会呈现出新的时代特点。当代城市审美文化同以往相比,一个最大的不同就是它的复杂化、多元化、变动性。造成这种新特点的原因在于城市人口组成的复杂化,社会生活的日益丰富多元化、各种媒体的迅猛发展及其影响的广泛性等。城市审美文

①海德格尔:《人,诗意地安居》,广西师范大学出版社2000年版,第34页。

②马丁·海德格尔(Martin Heidegger, 1889 - 1976),德国人,著述浩瀚,包括《存在与时间》(1927)、《艺术作品的本源》(1935)、《诗人何为?》(1946)等。

化的这些特点在城市人的艺术审美观念、日常生活和休闲娱乐的审美趣味中都有突出的表现。

(一)悄悄走近我们的审美文化

在我们研究城市审美文化时,要对何谓“审美文化”这一问题有一个正确全面的把握。当然,其前提条件是首先必须对“文化”这个概念的内容及其演变有所理解。

美国学者克鲁伯在 20 世纪 50 年代初曾列举了 170 多种关于“文化”的定义,至今对于“文化”这一概念也没有完全一致的看法。20 世纪末,在人类历史即将进入一个新的世纪之际,对于人类文化的思考在世界范围内引起了普遍的重视。联合国科教文组织提出了“世界文化发展十年”(1988-1997 年)的宏伟研究计划,并在分析总结了以往哲学的、艺术的、教育学的、心理学的、历史学的、人类学的、社会学的、生态学的、生物学的等等诸种文化概念的基础上,给出了一个更具有包容性的文化概念,即:“一个社会的文化生活可以看成是它通过它的生活和存在方式,通过它的感觉和自我感觉,它的行为模式、价值观念和信仰的自我表现。”^①与这样一个文化概念相比,审美文化的范围似乎小得多。但是审美文化何尝不是人们通过其审美生活与审美的存在方式,通过对它的感觉与自我感觉,所实现的一种审美的行为模式、审美价值观念和审美信仰理想的自我表现呢?

20 世纪 90 年代以来,审美文化研究的热潮蓬勃兴起。美学研究者对于审美文化建设在今天这样一个特殊的社会环境与历史时期的重要性已经有了足够的重视。不少学者甚至把重建市场经济时代的民族精神与人生价值、挽救日益失落的传统美德与人文精神的期望都寄托在审美文化的重新建构之上。更有不少研究者对构成当代审美文化的各种现象(尤其是艺术现象)的特征作了十分透彻的分析,对整个市场经济时代审美文化在内容、形式、风格、媒体、功能、发展趋势上的日益世俗化、形式化、平面化、娱乐化、技术化甚至庸俗化、商业化的现象感到忧虑,从而对究竟怎样重塑新世纪的审美文化感到茫然。

审美文化这个概念在当代中国美学研究中出现得比较晚,或者说对这个方面的研究在当代中国美学中直到 20 世纪 90 年代初才开始,这本身就说明了一个问题,即:审美文化是一个社会文化的一种表现方式。有人说“文化本身就是审美的”,我觉得或者说“文化本身应该是审美的”,抑或说“理想的文化应该是一种审美文化”。中国共

①引自闵家胤:《西方文化概念面面观》,《国外社会科学》,1995 年第 2 期。

产党十一届三中全会以前,由于受到各种政治运动尤其是“反右”、“文革”等的灾难性冲击,中国的文化与缔造文化之人均遭到了极大的破坏与迫害,这种文化当然根本无美可言,甚至用“文化”这个范畴来进行描述都是对它的一种亵渎。

中国当代文化真正的大发展是自改革开放以来才出现的,当然它又不免受到西方当代文化的影响。尽管如此,这 20 多年来,中国文化尤其是与审美文化密切相关的文学艺术和与人的生活息息相关的审美生活获得了巨大的发展,呈现出生机盎然的景象。

理论的总结总是滞后于现实的发展。美学理论研究在 80 年代除了大量介绍西方美学理论与对中国古典美学理论挖掘有了很大的前进外,对现实问题的关心是比较少的,尤其是美学原理方面几乎还停留在旧有的体系之中,对于与当代人的审美趣味与审美理想紧密相关的审美文化问题很少涉及。直到 90 年代初,关于社会审美文化的研究才被一些学者提出来。值得注意的是,这个问题一经提出,立即引起了美学界的广泛重视。之所以如此,一方面是这个问题的提出为美学理论研究提供了更为广泛的研究视野与关注领域,另一方面它也反映了 90 年代以来社会意识形态尤其是文学艺术与其他审美领域中对这方面理论研究的迫切要求。换句话说,以往的美学研究大多停留在纯理论的象牙塔内,较少关注社会中的各种审美现象,更少有人从文化的角度或者说从审美社会学的角度对其进行分析研究。如此的美学理论自然缺乏视野的开阔性与内容的时代性。因而,审美文化研究的兴起,既是美学理论发展本身的内在要求,同时也是社会文化与审美现象不断变化更新的外在要求。

当代中国城市审美文化是整个审美文化最典型的代表,由研究城市审美文化入手,可以一窥中国当代审美文化的全貌。

(二)多元化的城市审美文化现状

随着一次次新技术革命的浪潮和新生产方式的出现,其后果是:地球上的绿地日益减少,现代化的城市不断增多,伴随拔地而起的高楼大厦、车间厂房而来的是老城市的越扩越大、新城市的相继出现,农业人口的越来越少和城市人口的拥挤爆炸。其必然的结果是城市人口组成的更加复杂化,于是造成了城市审美文化的多元化发展。

今天,考察一个城市的审美文化特点,只从某一群落的审美文化特点的角度入手是不能说明问题的。尤其是一些大中城市,其人口

组成中既包括知识水平较高、文化素养较好的知识圈、亚知识圈、白领阶层的成员,也包括知识水平一般、文化素养平平的工人与服务性行业及其他蓝领阶层的成员,还包括较少文化知识、终日为生存奔波的大量由农村涌向城市的务工人员。显然,他们的审美观念体系和审美行为方式是有很大的区别的,而为了满足不同层次的审美文化需求所出现的各种审美文化产品(包括艺术品与非艺术品)的审美价值水平和审美功能作用也是有所差异的。然而,它们共同组成了当代城市审美文化的交响曲,研究当代城市审美文化必须对其给予同样的重视,不能顾此失彼,尤其对文化层次较低的人们的审美观念的不断提高、审美行为方式的走向自觉和审美文化需求的逐渐升华应该给予更多的关注。因为只有这样,才是一个城市审美文化水平日益进步的关键。

另一方面,各类文化本身也具有其特殊的文化内涵。以建筑文化而言,构成其内涵的主要有生活模式、价值观念、建筑语言和经营方式等几个方面。所谓建筑文化的生活模式,又包括居住模式、社交模式、商业模式、教育模式、医疗卫生模式等各种模式,而其中对大众的个人生活影响最大的无疑是居住模式。居住模式,指的是一个社会中约定俗成的居住方式,如北京传统的“四合院”、上海的里弄。对还处于发展中的中国现代城市来说,最普通的居住模式是集合式的公寓小区。因而当代城市建筑设计不仅需要考虑建筑本身的问题,同时对于小区的未来文化建设来说必须当作一个重要的问题来考虑。这就涉及到了建筑文化内涵中的第二个方面,即价值观念。这里的价值观念是广义的,包括了人的思想意识、理想观念、艺术情趣,当然也包括人们的审美信仰和行为方式等诸如方面。例如,中国传统的皇家建筑尤其是故宫这座帝王的“禁城”,它的设计中一切方面都围绕了突出皇帝至高无上的权威的观念;又如,对于代表现代主义的“玻璃幕墙”建筑,已经有不少建筑师指出了它在价值观念上的偏颇,如比利时的建筑师卢西恩·克罗尔^①(Lucien Kroll)看到了“现代主义”的一种象征上的或者说是程序上的失败。在他的眼中,整齐的幕墙式的办公大楼,表现了一种“彻底的法西斯主义者的外观”,而镜面玻璃式的大厦则让人联想起“美国警察的太阳镜”。不只这种建筑物是以一种令人压抑沉闷的方法设计的,而且它们的外表便是形成这种压抑沉闷的一部分。

当然,对于不同的社会文化的国度来说,对此的理解也有所不同。毫无疑问,这种“玻璃幕墙”式的建筑目前在中国仍处于上升的趋势,它仍旧是中国当今的企业家所喜好的形象。在建筑文化内涵中,最具

^①卢西恩·克
罗尔(1927-),比
利时建筑家和建筑
理论家。

专业性的是建筑语言的使用问题。但使用什么样的建筑语言,在中国当代城市中实际上很大程度上并不取决于建设者个人的意愿,它不仅受到上述建筑内涵的其他方面的制约,而且还受到城市的总体规划等其他方面的制约。如 20 世纪最后十几年北京街头各式各样的“屋顶”式建筑的出现(据《'94 首都建筑设计汇报专辑》中统计,87 个项目中共除去 6 个住宅工程和一些中外合资工程外,有 30 多个项目加上了各种传统屋顶),就是出于当时北京市政府要保持北京古都风貌和民族特色的考虑,而这种近乎强制的要求,实际上对于建筑设计者本身的设计想象力与创造性来说是一种扼杀,只在屋顶上搞变化毕竟是受限的。因为以中国当前的建筑设计观念而言,真正超越现代建筑语言的例子是极少的。同前几个方面相比,建筑内涵中受社会经济、技术发展水平与商业意识影响最大的是建筑的经营方式。这里所谓的经营方式当然不只是指今天大起大落的房地产交易,主要还是指建筑师本身作为一个经营者而言的工作与经营方式。从这方面讲,我国目前的发展也仍旧处于一个初始阶段,大型建筑物的设计经营很少是个人或集体经营的,仍然处于国有的设计院等机构的控制之下。无论如何,由上述内容可以看出,建筑设计文化内涵中最重要的一点,便是必须以人为中心。既然是以人为中心,这个人就不可能是抽象的人,而是现实中活生生的具体的人,这也就与我们这里所分析的城市人口层次的形成中的人找到了交叉点。对于城市中不同层次的群体来说,他们对于设计文化的要求也是有一定差异的。

当代城市审美文化的问题十分复杂,尤其是在商品经济的大潮中,人们的许多观念还处在转变的过程中,缺乏稳定性和成熟性。这里通过对城市中上述三种不同文化层次的人口组成(这种区分只是大致的,不能排除例外现象,如知识分子中也有审美观念和行为方式较



莫毅
《城市表情系列》

低的,普通百姓和民工中也有艺术修养和审美欣赏水平较高的)的审美观念体系、行为方式及其审美文化需求的特点进行初步分析,大致勾勒当代城市审美文化的特征。

1. 白领阶层

这一阶层主要指社会中不同层次的知识分子。主要包括知识圈(包括科研人员、大学教师和各门类的从事艺术创作或受过系统专业教育的艺术家)、亚知识圈(包括中小学教师、大学生、各种传媒的主创和从业人员及艺术修养较高的其他职业的人员)、白领阶层(包括受过高等教育的大企业、中外合资企业、高科技企业、商业、高级饭店等的管理人员等)。这一部分城市居民由于文化水准和艺术修养较高,因而具有较为敏锐的感受力、准确的判断力、丰富的想象力和活跃的创造力,他们的审美趣味相对来说比较高雅、广泛,他们的审美期待视界也比较开阔、包容,相应地他们的审美参与态度表现得积极主动、审美追求显得自由开放。

但是,这部分人在城市人口中只是少数,而且本身发展也参差不齐。其中只有极少部分的人属于最为理想的审美消费群体,符合上述各种标准。大部分人的审美观念和行为及所欣赏的审美文化产品的种类并不十分稳定,在正确的引导和良好的环境影响下,他们可能上升为理想的审美文化消费者,但也极有可能在不利的环境中随波逐流,下降为较低层次的审美文化消费者。此外,其中还有一部分人属于层次较低却附庸风雅,这些人的审美观念和行为大多没有个性,追逐时髦,因而也不够成熟。无论怎样,他们是城市审美文化向符合人类最高审美理想过渡发展的希望。正是在这一部分人的支持、保护、投入和呼吁下,严肃艺术或高雅艺术的小舟才没有被通俗艺术的汪洋大海所吞没;也正是由于有这部分人的存在,在今天市场经济大潮中终归还有非商品化的艺术幸存。这部分人中的许多人,是当今城市审美文化的直接创造者,诸如各类艺术家、各种生活用品的设计师和各种传播媒体的主创者,正是由于他们中大部分能够维护自己的职业尊严、严守自己的职业规范、奉献自己的创造精神、追求更高的审美理想,因而才使今天的城市审美文化中出现了新的特点,即高雅的艺术性、珍贵的独创性、强烈的审美感染力等。具体来说,在艺术类的审美文化产品中,他们所欣赏和偏爱的是,内容涉及历史上或当代社会现实中重大课题;形式上具有独创性、严谨高雅;有自己独立的艺术主张;不媚俗、不为商业化所左右,具有寓教于乐的审美净化功能、使人

在对其的审美欣赏中得到某种启示与升华。同样的,这类作品由于题材严肃、技巧高深、追求永恒的艺术长久性、相对来说娱乐消遣性少一些,因而也需要有一定文化艺术修养的人才能认同和欣赏。

在日常生活中,他们的审美欣赏趣味也与众不同、独具一格,却并非哗众取宠。如在对服饰的选择上,注重与自身的容貌体态相协调,而非一味追求时尚、赶时髦,因对艺术与审美规律有一定的把握和自觉,所以懂得如何通过服饰来扬长避短、衬托自己的美。总的来说,在服饰上的审美品味趋向于款式、色彩的简洁、淡雅、个性、和谐。这种审美观念也表现在对居室的设计与装修上,大多并不盲目追求“五星级”式千篇一律、摆阔显富的庸俗设计,而是注重与自己的职业与工作需求相结合,在家具和室内陈设品的选择上多从功能、审美、经济三方面通盘考虑,既满足功能的需要又具有审美效果,自然温馨,而非只顾攀比、多多益善、没有主调、杂乱俗气。

此外,即便是处于同一文化层次中的人,其文化心态也是由其生活经历、文化素养、家庭影响、个人兴趣及年龄性别等各方面的条件所决定。以室内设计陈设来说,现在人们往往喜欢在家庭居室内装饰一些欣赏性的工艺品,诸如书画、壁挂、牙雕、贝雕、木雕、盆景、插花、古玩、泥塑等。它们在装点室内环境方面有两方面的作用:一是可以构成室内艺术气氛的核心。一件精美的工艺品,如果摆在显赫的位置上,顿时可以将整个房间烘托起来。其次,工艺品还有填补空间的作用,也就是在一些显得空荡、单调的角落,用一个小摆设加以调剂可以调整室内一些不够完美的构图,并通过本身所具有的审美特色点缀室内环境。但是,在选择陈设物品时,不同知识文化层次的人,表现出了明显不同的审美趣味与特点。对于我们这里所分析的知识圈中的大部分人来说,他们基本上能够掌握的原则是:所选择的物品有“画龙点睛”作用,宁缺勿滥;并且能够掌握构图章法,寓统一于变化之中,寓丰富于精炼之中;同时也注意考虑其视觉效果,使其位置、高度在视觉范围内,这样才便于欣赏。而在诸多陈设品中,知识阶层的人最常选择的是书画、盆景、插花三种小品。

总之,这一层次审美文化的特点是能够较好地协调感性与理性之间的关系,把感性需求和理性升华结合起来,通过对艺术品及具有审美特点的非艺术品的审美创造、审美感兴、审美欣赏等过程,既得到感性上的审美快慰和满足,实现理性上的审美净化与升华;同时,他们的审美创造、审美批评等行为,由于具有较强的自我反省和社会批判作用,因而也是建构高层次的社会审美文化的直接动力。

2. 蓝领阶层

主要指各行各业的普通劳动者所代表的一般市民,这部分人包括工人、服务性行业人员(店员、司机等)、有一定文化程度的个体户、下岗待业人员及大量的原为普通职工的退休人员等。

这一部分人在中国的城市人口中占大多数,因而是建构新型城市审美文化应该给予特别关注与重视的。但是,由于各种原因,主要是整个民族文化素质的相对偏低,这部分人的文化与艺术修养也相对差一些,因而他们的审美感知力不够敏捷、想象力不大丰富、领悟力较为肤浅、创造力也不太活跃,其审美趣味比较平庸、单一,审美期待视界相对狭小、偏激,对于现实中各种流行的艺术潮流和审美风尚没有独立的思考和很强的辨别能力,不一定有意识地、积极主动地参与审美欣赏活动,较容易满足,缺少更高的审美追求。他们对于艺术与审美的品味与理想,大多只停留在娱乐与消遣的层次上,而没有更多的时间和愿望对其进一步思考,当然也不注重从中得到更高层次的审美享受和审美升华。或者说,艺术只是他们打发闲暇生活的一种手段。大多数人忙碌一天,吃过晚饭后习惯性地打开电视,对播出内容的选择一般只停留在是体育或是电视剧,把一部已看了开头的电视剧看完;如果没有多少频道选择自由的话,一个频道从开头一直看到结尾也无所谓,只是消磨晚上这几个小时的光阴而已。正因为如此,他们所喜爱的是那些投其所好的通俗性的艺术作品。这类作品(无论小说、影视剧、音乐或卡通画等)一般不关心和涉及社会现实中的重大问题,而是就事论事地纠缠于一些家长里短、男欢女爱的烦琐小事,浅显易懂,不会对人的心灵产生巨大的冲击,形式上或平铺直叙或搞些哗众取宠的小技巧,穿插一些喜剧性的作料,有些作品甚至出于商业性目的有意地迎合一些低级趣味,其审美功能也只停留在娱乐与消遣的层面上。这种艺术审美文化的总的特点是感官性、消闲性、平面性、娱乐性、流行性和快餐性,它虽然能够给人以暂时的痛快和满足,却使人在不知不觉之中渐渐丧失了判断、思考和批判的能力。冯骥才曾讲到他的一对澳大利亚朋友“他们没有电视机,并非缺钱,而是因为他们憎恶电视。看电视不必用大脑,只需用眼睛;电视是满足懒人的,慢慢会使人类变得愈来愈被动、低能,只会对着屏幕傻笑或傻叫。”这对夫妇的做法固然有些绝对,但也说明了当今的大众传播媒介和文学艺术作品的浅薄、媚俗,的确有可能造成许多最基本的“人类”能力——诸如“读”、“写”、“表达”能力的退化。

在日常生活领域,这部分人表现出了更大的追求美的意愿和兴趣,同时也敢于大胆地跟随时尚并且能尽其所能地在这方面进行投资,将一部分的时间和金钱花费在美容、美发和对下一代的艺术培养上(学习音乐、绘画、舞蹈等)。但是,由于缺乏一定的艺术修养和适当的审美教育,所以他们尽管有追求美的愿望,但有时会事与愿违。在服饰和室内装饰的审美品味上,基本上有两种倾向:一种是比较自觉、大胆追求但有时不得要领。如在服装上,不能与自身的形象和气质相一致,对于服装审美功能中的协调感、分寸感和形式美的把握也不够准确;在室内装饰中也缺乏通盘的审美设计,结果是投资不少,收效甚微。现实中常见一些人进行大的投资,一味讲究排场,珠光宝气,结果不但没有获得良好的审美装饰效果,反而适得其反,甚至造成烦琐零乱、画蛇添足的结果。另一种是有愿望却没主见,所以表现出来的是赶时髦、随大溜,这是这部分人的审美观念最通常的特点。表面上看,赶时髦是一种趋同心理;但本质上看,它是平凡普通之人渴望得到社会的承认、获得他人的尊重与赏识的心理使然。现在社会上的一些商号、饭店、品牌往往冠以“皇”、“王”、“帝”、“霸”、“龙”、“亨”、“至尊”等名称,也是为了吸引和满足那些现实中不可能独领风骚的小人物。从社会心理的角度讲,生活在社会中的人,一辈子对别人的评论充耳不闻或甘当平庸无能之辈是不可能的,服装是修饰自己并引起他人关注的最简便的工具,因而大多数人都会本能地利用这一工具来实现自身的美化。但是,如果盲目地赶时髦,不是根据自己的条件和气质进行修饰就可能事与愿违。这也是足以引起关心城市审美文化建构的人注意的方面。

虽然这一层次人士的审美文化各方面的特征有不尽如人意的地方,但是他们也创造了许多属于自己阶层的能够自娱自乐、健康向上的文化形式,如相继流行的交谊舞、呼拉圈、大秧歌等。这些流行于城市中的自发的群众性审美文化现象,虽然没有什么创造性,艺术性上也很粗糙,但它的主要功能是把人从日常生活的常轨故辙之中解放出来,消除现代城市生活的紧张与拘束,使人在娱乐之余,重新振奋起精神,全力去担负新的生活。这种审美文化活动虽然没有创造性的功能,但由于它是自发的、没有任何强制性的活动,因而对增进人们的情感、和谐社会环境有着潜移默化的作用。正因为这种群众性的自娱自乐活动的松弛、自由的气氛,使它不仅成为联络社区居民间情感的一根无形纽带,而且也使一定地区的社会关系得到重新调整,所以客观上有着提高人的文明修养的积极作用,虽然它重在消闲,但也具有净

化人的情感的一面。

总的来讲,这一层次的审美文化消费者的特点是,还不能够自觉地协调与平衡感性与理性之间关系,有片面发展感性倾向。因而对它的调整与建构关键在于使其能够逐渐意识到自己的价值,建立起具有较高艺术与审美水准的审美观念体系,在进行审美欣赏与创造时,尽可能地靠近与认同高层次的审美文化消费者,最终从消遣型的审美文化消费者过渡到理想型的审美文化消费者。

3. 农民阶层

主要指城市中最低层次的审美文化消费者群体。这部分人大多数来自农村,如建筑队的工人、家庭保姆、集市贸易或沿街叫卖的小商贩、在一些小餐馆旅店打工的临时工、修车修鞋等小修理工、废品收购工等。

这些人的共同特点是工作不固定、住所常更换、生活条件差、没有固定的工作时间,拖家带口、早出晚归地在通向富裕的道路上奔忙。对于城市人来说,他们代表了较落后的农民意识;但对于大多数农村人来说,他们却是见过世面的文明人。的确,对于已经来到城市几年、十几年并已成为城市各种基本建设不可缺少的劳动力量的他们来说,完全将其排斥在城市人之外是不明智的。因为他们不仅长期生活在城市之中,而且在多年的城市生活的熏陶下,他们的眼界毕竟开阔了一些,一部分人在开始追求城市人的生活方式的同时,也沐浴了城市审美文化的雨露,已经逐渐形成了“感受形式美的”眼睛和耳朵,况且无论他们将来是否回到农村,提高他们的审美文化的消费层次都是非常必要的。如果他们留在城市,则是城市审美文化中一个不容忽视的力量;如果他们回到农村,将会把城市的审美文化品味带回去,对于提高整个民族的审美文化的水平有着重要的作用。

然而,提高这部分人的审美观念体系和审美行为标准是十分艰难的。这不仅在于他们主观方面的文化知识 with 艺术修养的贫乏和缺欠,而且在于他们现实生活的窘迫与局限。不要说他们极少可能进美术馆、音乐厅、电影院,就连现在一般市民普遍拥有的彩电、音响等娱乐设备也大多没有。笔者曾考察过几个建筑工人的“工棚”,在低矮、阴暗房间中,睡着大通铺的民工,有的十几、二十几人才有一架功能简单的小半导体,他们来到城市的主要目的是赚钱,所以起早贪黑很少有闲暇时间。但如果遇到天公不作美,只好停工时,他们的主要娱乐便是打扑克或是互相传看一些过期的小报和杂志,对他们来说,几乎没