

诗何以群

——在审美文化与社会系统之间的行走

潘智彪 著

中国社会科学出版社



诗何以群

——在审美文化与社会系统之间的行走

POSTMODERNISM

潘智彪 著

中国社会科学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

诗何以群——在审美文化与社会系统之间的行走/潘智彪著.
—北京: 中国社会科学出版社, 2010. 8

ISBN 978 - 7 - 5004 - 9038 - 8

I. ①诗… II. ①潘… III. ①审美活动—社会学—研究
IV. ①B834. 4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 162692 号

策划编辑 郭沂纹
责任校对 张玉霞
封面设计 四色土图又设计工作室
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](http://www.csspw.cn)

经 销 新华书店

印 刷 北京新魏印刷厂

装 订 广增装订厂

版 次 2010 年 8 月第 1 版

印 次 2010 年 8 月第 1 次印刷

开 本 880 × 1230 1/32

印 张 7 375

插 页 2

字 数 165 千字

定 价 23.00 元

序 言

诗可以群，也就是说，诗乃至所有的艺术审美文化都与社会群体有着密切的关联。要理解艺术审美文化的发生发展规律，解释清楚“诗何以群”，就不能离开对社会群体的考察研究。从社会学角度考察人类的文艺活动，尤其是审美文化活动，属于**审美社会学**范畴。所谓**审美社会学**，顾名思义，就是美学、文艺学与社会学的联姻，是这两门学科相结合的产儿，是用社会学的理论、观点和方法研究人类文艺活动、审美活动的产生、传播、控制等整个活动的社会本质及其社会职能的一门学科。

在美学、文艺学研究中，文艺社会学、审美社会学具有独特的、无可替代的阐释功能。正如丹纳早就指出的那样，即使像莎士比亚这样似乎是从天上掉下来的奇迹，也是可以从他所属的时代精神和风俗状况中得到最后解释的。豪泽尔将此概括为艺术奇迹总是个人天赋才能与所处境况两者的共同结果。从现代美学发展史的角度看，形式主义美学日益走向自我封闭，导致从其阵营内部生发出一种解构的力量，将对审美现象的阐释重新转向社会与文化；而大众文化的兴起和消费社会条件下日常生活审美化现象的日见突出，使得审

美社会学又面临新的任务和广阔的发展空间。因此，不论就现代美学发展脉络的承续还是就现实生活对美学研究的新要求而言，行走在审美文化与社会系统之间，使社会学与美学来一次因缘会合，都具有重要的理论意义和实践价值。

为什么要使社会学与美学联姻呢？这可以从两方面来看。

首先，从美学角度看，美学是研究人与现实的审美关系的学问。从古至今，美学家们主要是从哲学、心理学的角度探讨美学问题，也就是主要关注着美的哲学本质及审美经验、审美认识的规律的问题。在谈到美的本质的问题时，美学家们主要是从人的实践出发的，美的本质与人的本质息息相关，美是自由的象征。在考察审美经验时，又主要是关注着个体内部的心灵活动。但无论是美的本质，还是审美经验，作为审美主体的人，都不可能是孤立绝缘的人，而是一个生活在社会中的人，离开了人的社会性，美的本质就无从获得说明。正如法国当代著名的社会学家布尔迪厄所指出的：由特定的社会关系网而确定其具体地位的行为者，都是在一定的“社会场域”中生活和行动着，都是在一定的“社会制约条件”的客观环境和状态中，凭借各个行为者的特定“生活心态”，不断地同时创造和建构其自身和他在其中生活的社会。因此，要更深入和更具体地了解社会空间中的社会结构和心态结构的相互同质同步的互动关系，要进一步了解作为行动者的个人或群体在交错的社会结构和心态结构之双重运作中的实践逻辑，就必须具体地结合特定社会空间中的社会结构和心态结构的特征，即把行动者的个人或群体在特定历史环境下的实践所面临的客观社会制约性条件、

所寓于其中的社会场域及行动者自身的特殊“生存心态”，加以通盘地考虑和分析。^① 所以，美学必须与社会学联姻，才能对特定社会历史条件下的特定主体的审美态度、审美经验和审美对象予以说明。此外，从逻辑形式上说，任何一个有限系统都不可能对自身原因的合理性作出完备的解释，只有在更大的系统中方能做到这一点。人类的审美系统不过是人类社会这个大系统中的一个子系统，因此，仅仅从审美系统本身出发，不可能对人类审美历史发展的一般规律作出完备的合理解释。

其次，从社会学角度看，社会学是从变动着的社会系统的整体出发，通过人们的社会关系和社会行为来研究社会的结构、功能、发生、发展规律的一门综合性的社会科学。在社会学的理论体系中，社会整合或社会一体化，社会群体的亲和力，社会个人的归属感，社会舆论的沟通、形成与变化，社会价值观念的变动，人的社会化途径等，都是占有相当大分量的内容。不把这些问题阐释清楚，就无所谓社会学，就无法弄清社会是如何运作的。显而易见，审美活动作为文明社会不可或缺的一种活动，它在以上诸形式的社会活动中起着举足轻重的作用。比如，考察社会价值观念的变动，就不可能不考察其中的审美价值观念，而社会舆论的沟通与变化，则在很大程度上与审美观念的传递有关。再则，在个人的社会化的历程上，社会化的个人不仅要习得社会的道德伦理等诸方面的行为规范，而且也必然要接受社会现成

^① 参见高宣扬《当代社会理论》，中国人民大学出版社2005年版，第809—810页。

的审美价值观，审美文化在个人社会化的过程中也扮演着十分重要的作用。总之，研究人类社会行为的社会学不能忽略了审美文化这一占有重要地位的社会行为。

社会学的特点之一是，社会学把它的研究对象——社会，作为一个整体来进行分析，一个社会是其所属各个部分的矛盾统一体，其构成和变动都有一定的规律。一个社会是其所属各个部分结合的有机系统，而不是一个偶然的堆积物。因此，在研究社会或社会结构的某一部分时，同时要研究这一部分在整个社会及其变动中所处的地位和所起的作用，研究社会的这一部分与其他部分之间相互影响、相互制约的关系，从而达到认识社会整体及其变动的目的。在整个社会结构中，道德规范、宗教礼仪等对维系整个社会的稳定具有举足轻重的作用，而要研究这些规范与礼仪在整个社会中所处的地位，就不能不研究影响到并制约着这些规范和礼仪的人类审美文化。

社会学的另一个特点，是广泛地研究社会生活中人们相互之间的社会关系和社会行为。人是生活在社会群体之中的，任何人都不能离群索居。人们在社会中合群而居，共同生活，彼此之间就必然要结成一定的社会关系，并发生这样那样的社会行为。人类社会就是由人们的种种社会关系构成的。人们生存在社会上，除了与现实发生物质的关系以外，还要与他周围的世界，包括他周围的社会人群发生精神、观念上的关系，这其中不仅有宗教、道德、科学等的关系，审美上的关系也是构成人们社会关系的一个重要方面。

所以，无论从美学角度看，还是从社会学角度看，我们都必须使两者结合，使之形成一门新的学科。在此之前，曾

有不少学者提出了“艺术社会学”或“文学社会学”之类的概念，那么，“艺术社会学”是否可以取代“审美社会学”呢？我认为，这正如“艺术学”与“美学”无法相互替代一样，这其实是无法相互取代的两门学科。“艺术社会学”关心的不仅是作为社会生产产品的艺术品在产生、流通、消费中的社会过程，而且还特别把兴趣放在艺术生产及消费过程中的社会机制，例如艺术社会组织（包括艺术人口、艺术群体、艺术社区、艺术组织等）、艺术社会管理、艺术社会预测等。审美社会学所关心的则是远比艺术社会学宽广的范围，它不仅仅注意到作为审美最高反映的艺术的社会过程，而且也注意到社会生活过程中的诸多审美现象，例如审美文化中的社会促进作用、审美趣味的时尚与倾向、审美时髦的社会心理机制、审美观念的交流与冲突、审美意识对社会生活的影响等。凡此种种，只有审美社会学才使之放入视野中，而艺术社会学则是无法包容的。

综上所述，所谓审美社会学，就是用社会学的观点、理论和方法来研究作为人类社会现象之一的审美欣赏及审美创造活动的产生、发展、传播、控制等整个活动的社会本质及社会功能的一门学科。换言之，审美社会学要研究的是整个社会状况同作为特殊的社会活动领域的审美文化之间的互动关系，它运用具体社会学研究的所有方法，考察作为社会现象的审美活动、审美与社会的互动关系、审美交流与审美冲突、审美与时代精神的适应、审美文化的内在化与审美创新、审美趣味的倾向与时尚。此外，由于艺术是人与现实审美关系的最集中体现，审美体验发展到一定程度就会出现艺术。所以，审美社会学也必然对艺术予以特别的关注。在文

明社会中，审美观念的传播主要是通过艺术来实现的，而社会对审美观念的调控则又往往是通过艺术批评来实施的。所以，艺术的传播与消费、艺术批评与读者接受都应列入审美社会学的范围。最后，无论是美学，还是社会学，乃至所有的人文科学、社会科学、自然科学，其实都不外乎是了解人类自身及其周围的世界的工具，其最终目的都在于充分发掘人的潜能，使人类在真实意义上成为自由的人，成为世界包括自身的主宰。在这方面，审美文化可以说是通向人的全面发展和全面解放的一个重要阶梯，因此，审美文化与人的解放将是审美社会学所有概念和命题的最终逻辑结论。

当然，要构筑一门体系完整的审美社会学，这不是本书所能胜任的。本研究只是行走在审美文化与社会系统之间，抓住审美社会学这一领域中的几个尚不为人们所重视的重要概念，作尽可能详尽的讨论，以图考察审美文化在社会中是如何展开的，审美文化与社会之间到底是一种什么样的关系，从而为审美社会学的最终建立提供一点砖瓦。

目 录

序 言	(1)
第一章 审美文化与社会系统	(1)
一 审美文化在社会系统中的位置	(1)
二 审美文化与社会互动关系	(5)
(一) 审美与经济的互动关系	(7)
(二) 审美与宗教的互动关系	(10)
(三) 审美文化与科学技术的互动关系	(12)
三 审美文化在社会系统中的功能	(14)
(一) 审美文化与技术	(16)
(二) 审美文化与科学	(17)
(三) 审美文化与道德	(19)
(四) 审美文化与制度	(21)
(五) 审美文化与宗教	(22)
第二章 审美中的人与社会	(32)
一 人的审美社会化	(32)
(一) 人类审美能力的发展	(32)
(二) 审美社会化的基本内容	(35)
(三) 审美社会化的途径	(39)

2 诗何以群——在审美文化与社会系统之间的行走

(四) 审美文化的反哺	(42)
二 人的审美需要	(45)
(一) 审美需要的性质与层次等级	(46)
(二) 审美需要的产生过程及激起条件	(49)
(三) 审美需要的满足及功能意义	(53)
三 审美知觉的社会性	(57)
(一) 审美知觉是互动性的社会知觉	(58)
(二) 审美知觉是主观的社会知觉	(62)
(三) 审美知觉是解释的社会知觉	(65)
第三章 审美文化与社会传播	(69)
一 什么是审美的社会传播	(70)
二 审美传播的实现	(75)
(一) 审美对象的共享性	(75)
(二) 审美传播关系	(79)
(三) 审美传播媒介	(82)
(四) 审美传播模式	(83)
三 传播中审美价值的变异	(86)
四 审美传播的社会功能	(97)
(一) 审美传播的社会交往功能	(97)
(二) 审美传播对社会的文化功能	(98)
(三) 审美传播对个体的文化功能	(99)
(四) 审美传播与审美发展	(100)
第四章 审美文化与社会控制	(102)
一 社会控制与审美控制	(102)
二 社会对审美文化的控制	(108)
(一) 通过政治的控制	(110)

(二)通过法律的控制	(114)
(三)通过宗教的控制	(116)
(四)通过道德的控制	(119)
(五)通过习俗的控制	(121)
三 审美文化的社会控制功能	(122)
第五章 审美文化与社会促进	(134)
一 审美中的社会促进	(135)
二 审美中的从众行为	(139)
三 影响审美从众的因素	(144)
(一)审美从众的外部原因	(145)
(二)审美从众的内部原因	(149)
四 审美从众的社会心理机制	(150)
(一)暗示	(150)
(二)感染	(152)
五 审美时尚	(155)
(一)审美时尚的特点及表现	(156)
(二)审美时尚与社会时尚	(160)
(三)审美时尚的社会-心理机制	(165)
(四)审美时尚的变迁发展规律	(170)
(五)审美时尚对审美文化的影响	(174)
六 社会审美思潮	(178)
(一)什么是社会思潮	(179)
(二)社会思潮与审美文化	(182)
(三)社会审美思潮的发展规律	(186)
第六章 审美文化:在冲突与适应中发展	(193)
一 审美的冲突	(194)

4 诗何以群——在审美文化与社会系统之间的行走

二 审美的分化	(200)
三 审美的整合	(205)
四 审美的适应	(210)
参考文献	(214)

第一章 审美文化与社会系统

在展开我们话题的时候，首先要明了审美文化与社会系统的总体关系。

审美活动作为人类社会活动的一部分，它本身就是一个自给自足的运行系统，但它同时又是社会这个大系统中的一个子系统。只有把审美文化纳入人类社会这个大系统中，我们才能理解审美活动的社会本质及社会职能。

现代社会学创始人、法国学者杜尔克姆（Emile Durkheim，又译涂尔干）曾经指出：社会学的任务是理解每一种人类社会活动的部分是如何在社会系统中工作的，并分析这个部分对社会其他成分，以及对整个社会系统的影响，社会系统中每个部分是如何形成的，并有哪些变化，如何相互影响。同时还要研究整个结构对每个部分形成和变化的影响，以及这些部分是如何服务于整个系统的。

一 审美文化在社会系统中的位置

人类的社会活动是一个有着内在联系的整体结构，考察人类的社会活动与另外一些社会活动的联系时，只有把它们

纳入整体中才能认识清楚。法律、宗教、经济、审美等社会活动，贯穿于社会体系的各个方面，并且按照着一定的结构方式、一定的功能意义在社会这个大系统中运行着。因此，要阐明审美的社会地位，首先要弄清社会这个大系统的结构情况。

马克思在《〈政治经济学批判〉序言》中的一段名言是我们理解社会的系统结构的出发点：“人们在自己生活的社会生产中发生一定的、必然的、不以他们的意志为转移的关系，即同他们的物质生产力的一定发展阶段相适合的生产关系。这些生产关系的总和构成社会的经济结构，即有法律的和政治的上层建筑竖立其上并有一定的社会意识形式与之相适应的现实基础。”^① 根据我们的理解，马克思是把社会分成四个层次的，即（1）生产力；（2）生产关系的总和——经济基础；（3）法律和政治制度等上层建筑；（4）社会意识形式。后来，普列汉诺夫在马克思的基础上在第（3）项与第（4）项之间加进了“社会人的心理”。“社会意识形式”则具体化为“反映这种心理特征的各种不同意识形态”。这样，普列汉诺夫就解决了恩格斯曾经提出的问题。马克思和恩格斯曾经谈到，统治阶级的“一部分人是作为思想家而出现的（他们是这一阶级的积极的，有概括能力的思想家，他们把编造这一阶级关于自身的幻想当作谋生的主要源泉）”。^② 后来恩格斯认为他们在谈到这一问题时，仍然没有谈到这些思想家是怎样的方式来“编造”他们的

① 《马克思恩格斯全集》第13卷，人民出版社1962年版，第8页。

② 《马克思恩格斯全集》第3卷，人民出版社1956年版，第53页。

思想、怎样编造意识形式的。普列汉诺夫的观点解决了马克思、恩格斯没有解决的问题。普列汉诺夫认为：“一切思想体系都有一个共同的源泉，即某一时代的心理。”^① 普列汉诺夫的这个观点曾被人们认为是夸大了心理的作用，抹杀了政治观念的直接的经济基础。关于这个问题，我们认为，根据现代社会心理学的发展，完全有理由认为普列汉诺夫的看法是成立的。

毫无疑问，社会意识是社会存在的反映，但反映的方式、深度和程度可以是各种各样的。比较直接的反映形式是社会心理，而最高水平的反映就是意识形态。“意识形态同社会心理不同，它表示的是了解社会现实的理论形式，它不是在任何一个团体的直接经验的基础上产生的，而是在对历史过程的规律进行科学研究以后，即在研究了整个人类历史发展的经验以后产生的。”^② 社会心理实际上是依靠一定的社会团体的直接社会经验而产生的，它没有经过专门的思维加工，是一种自发的朴素的社会意识，因此，也可以把它称为大团体的心理。所谓“团体”，就是一定的社会系统，这种活动系统是由其成员在社会劳动分工系统中的地位所决定的。一定形式活动的主体并且通过活动加入到整个社会关系系统中去。

那么，社会心理又包括一些什么内容呢？有学者认为，社会心理有一个庞杂的体系，它的内容很多，但可以归结为几个基本类别。首先，是朴素的社会信念。这是社会心理中

① 《普列汉诺夫哲学著作选集》第3卷，三联书店1962年版，第196页。

② 安德列耶娃：《社会心理学》，南开大学出版社1984年版，第167页。

最基本的要素。从信念的性质上讲，它属于认识性的观念，但是它不纯粹属于知识，其中掺杂着人的愿望、情感等。在社会中，人们的共同社会实践和社会生活，使人们普遍地自发地形成一种朴素的信念，它起着维系人们协同活动、保持基本一致的心境的重要作用。其次，是流行的社会价值观。它是社会心理的核心。人们所从事的活动、所追求的目标，都必须是被认为具有价值的。人们对活动的选择和参与的积极性，直接决定于这些活动在人们心目中的价值地位。每个人的价值观念的具体内容可以有所不同，但在总体上却具有一定时间和空间范围内的一致性，形成一种流行的自发的意识流，激励着人们去形成大体一致的追求和从事大体一致的活动。再次，是社会情趣。社会中、团体中的人们，具有一定的和大体一致的意识倾向，拥有大体相通的主体体验，这就形成共同的社会现实情趣。它既是对外界事物的倾向性表现，也是对外界事物的主体感受性表现。另外，还有社会道德和习俗，也属于社会心理的必要因素。^①而苏联的心理学家们则倾向于认为，社会心理可以分为两部分：一是它的动态因素，一是比较稳定的构成。前者包括感情同社会思想状况，后者包括素养、习惯、传统、兴趣等。^②但无论是何种分法，以上所指出的社会心理的成分都是审美文化的不可摆脱的意识前提和直接动力，是经济关系和社会政治制度借以建立意识形态的中介机制，具体地说，是审美文化联系于并且受制于经济关系和政治制度的中介机制。因为，经济关系

① 韩民青：《文化的历程》第3卷，广西人民出版社1990年版，第286—287页。

② 安德列耶娃：《社会心理学》，南开大学出版社1984年版，第168页。