

# 消费时代的文化生态

傅守祥

随着经济全球化的发展,以消费主义为标志的后现代文化思潮对中国当代社会的全方位浸染已是在所难免。消费除了满足人们的欲望,还用世俗化的方式溶解经典艺术,并将它们纳入市场范畴;市场成为传统意识形态最有力的解构力量,它以世俗化的方式部分拆散了历史曾赋予艺术品的原有意义和价值。俗滥的电视剧与小报文化成为社会公众的宠儿,大众流行艺术以“娱乐”的方式承担了精神宣泄与慰藉的功能,而严肃高雅艺术的作用反而受到冷落。曾经过热的宏大文化,已占据中心,取代往日的精英文化并引领着文化时尚,体现了一个时代的历史性转向。

我国的社会文化现状有喜有忧,文化的芜杂不利于民族文化的思想发展与审美创新。由于目前的文化传播体制尚未形成多元而和谐的内在机制,严肃高雅的作品还没有形成足以与流行文化相抗衡和引导的机能,因此二者常常处于抵触或者合流的状态。流行文艺中的媚俗甚至恶俗之气昭然若揭,在客观上搅乱了人们的伦理判断,跨越了价值底线,很大程度上造成当代中国的文化生态失衡。

制衡并引导大众文化消费,创造一个健康社会的文化生态平衡环境,是当前文化建设中的重要课题。对于国民精神日趋世俗化的中华民族来说,尤其需要人文精神的熏陶与终极关怀的提升。20世纪后期以来,出现了现代人的媒体化生活和消费性艺术,并对传统的文化等级秩序和深度追求构成巨大消解。全球化语境中的当代中国社会空前复杂地交织了多元文化因素,对经典文化的颠覆和消解成为潮流,而经典文化的失宠与随之形成的焦虑已成事实,当代文化趋向于从意识形态的等级转向世俗消费的民主、从精英掌控的标准转向动态选择的趣味。

我们不可否认大众文化消费的时代有其正面价值和探索意义。文化艺术的本质规律是普及的,是大众的,文化艺术不只是专家、艺术家、以及少数精英的事情,文化艺术消费市场的形

成,反映着广大消费者享有文化艺术权利的要求和呼声。然而,在消费、娱乐至上的时代,欲望的满足取代了文化的意义追求,以审美疲劳为后果的欲望亢奋以及由娱乐化导致的是非混灭等问题尤其严重。同时,大众文化以肉体为依托人的媒体化生活和消费性艺术,也对传统的文化等级秩序和深度追求构成巨大消解。全球化语境中的当代中国社会空前复杂地交织了多元文化因素,对经典文化的颠覆和消解成为潮流,而经典文化的失宠与随之形成的焦虑已成事实,当代文化趋向于从意识形态的等级转向世俗消费的民主、从精英掌控的标准转向动态选择的趣味。

肯定物质欲求的合理性与个体选择的多样性,并不意味着放弃整个社会共同追求的理想。艺术

与文化作品除了用作世俗消费外,还具有更深层的伦理层面的追求,具有超越现实、展示可能存在的需要。文化应该不断扩展人们的视野,力求促进审美多样性的形成。但是,视野的急遽扩展也会带来意想不到的审美不适、价值混乱等文化恶果,加剧了多元现代性本已复杂的程度,增加了文化价值判断的难度。完全放弃对观念和思想的执著追求,而只注重在身体感官的愉悦中沉溺的文化定位,也许最终会使大众文化在本雅明所担心的“审美物化”中彻底丧失了其自省的可能性。今天不缺少阿若德所要求的愉悦精美的文化产品,而是这些产品以现代技术才能创造的辉煌景观充斥了人们的生存空间,也不缺少席勒所呼吁的“美的形象”的需要,而是这种需要已经变成了日常的消费欲望。

世纪之交以来,消费逻辑走强后的文化发展积弊日重,社会

伦理效果不良,公民素质、媒介素养亟待提高,急功近利思想日盛、生命哲学流行,外在的经济高速增长与内在的人文低品质严重阻碍了新型生态文明的建设步伐。资本逻辑的专横与现代科技的偏狭导致了消费主义的加剧和经济理性的扩张,而审美文化的娱乐化在成功收割笑声后直接导致人文智力的大幅度下降,并不断踏越公共伦理的底线,造成社会大众道德的相对化甚至虚无化。人类共享的公共伦理与审美空间大面积毁坏,良好的人文环境和文化生态越来越飘渺甚至被人遗忘。

总之,当代社会的发展,离不开人文理想与伦理关怀维度的监督和规范,这对最终实现马克思主义“全面发展的人”与当代思想精英的文化自觉与民族复兴的远大目标有积极意义。文化“化”人,艺术“养”心;重在引领,贵在自觉,将是文化发展、创新的总目标。以此为坐标,我们要积极探索用社会主义核心价值体系引领社会思潮的有效途径,既尊重差异、包容多样,又有力量抵制各种错误和腐朽思想的影响,努力在多元中立主导、在多样中谋共识”。

聚焦

## 建构民族特色的中国戏曲理论

本报记者 刘茜

由中国艺术研究院主办、中国艺术研究院戏曲研究所承办的“中国戏曲理论国际学术研讨会”近日在京举行。来自中国、韩国、日本、新加坡、美国、丹麦等国的百余位专家、学者到会研讨。中国艺术研究院党委书记、副院长张庆善、中国艺术研究院副院长高显莉、中国艺术研究院戏曲研究所所长刘祜出席会议。

戏曲作为中国传统文化艺术,其美学特征、理论形态,一直受到学者的密切关注。近年来,戏曲理论研究的范畴,随着时代不断的发展不断产生新的探索方向,从文献考索、史学探源、剧本创作、表演艺术、舞台设计到营销推广等。会议分戏曲美学、中外戏剧理论和比较戏剧、中国戏曲表演体系构建、戏曲改革与当代戏曲发展、古典戏曲与戏曲演出、戏曲史与剧目、戏曲文化与传统戏曲理论本体、非物质文化遗产与地方戏保护、近代戏曲理论与昆曲等议题,探索世界多元文化背景下中国戏曲理论的学术发展和未来趋势,进一步建构民族特色的中国戏曲理论。

戏曲理论家郭汉城以戏曲的现代化为论述核心,阐述戏曲改革与建设的议题;戏曲现代戏与戏曲改革同步进行,要重视戏曲现代戏的现代性和民族性;还要有新的政策保证。

中国艺术研究院王安葵研究员强调挖掘中国古典戏曲理论的美学内涵及其生命学。古典戏曲理论,并不是一种可取的态度,因为这样无疑说明消费者在强大的消费文化面前手足无措,也会受到消费文化的侵蚀而使得他们自己变得更加工具理性化或者具有消费主义的倾向。然而,事实远非如此,总体上说无论中产阶级的消费者,还是社会上的消费者,他们总能够根据自己的实际情况作出比较理性的选择。况且,在具体的文化消费实践中,比如参观展览会、美术馆、博物馆、观看体育比赛以及旅游等,他们从这些具有狂欢化意味的活动中得到的不仅是控制,消费者还能从中找到某种当今社会少见的爱国热情和集体归属感,这些都是消费文化所能提供的。当然,消费文化所带来的负面影响,比如消费主义、工具理性等,我们还是应该抵制的。

视野

克所说的一样,这被称为“撕破统治者的牛仔裤”。

除了上述的研究视角以外,消费文化研究还包括社会分层的问题。这种研究模式把消费文化当做不同社会阶层创造的结果。诚然,西方一些理论家,诸如布尔迪厄、费瑟斯通等,把研究的焦点放在更容易受到生产者意识形态诱导的中产阶级这一社会阶层上,认为中产阶级的消费文化并不同于资产阶级以及贵族的消费文化,这是因为他们作为一个能动的社会阶层,起着沟通其上下两个社会阶层的作用,同时也在转化、创造着新的

消费文化。作为消费文化领域最重要的理论家之一,鲍德里亚曾经笼统地讲到,消费文化就是消费社会的文化。他的观点非常简洁,却不甚明了。不过有趣的是,他在一系列著作中建构了一套消费文化理论,尽管他没有给消费文化下一个定义,但我们仍然可以从他的论述中找到一点线索。鲍德里亚的消费文化研究是从商品的生产环节入手的。他认为,在消费社会商品的生产已超越为满足生理需要而进行生产的阶段,工业化的生产和资本主义市场经济鼓励商品生产向景观和符号转变。在这个前提下,消费也就具有了与生产同等重要的地位,消费也不再是因为满足生理需要和基本的需要而购买,而是为了满足心理需要而购买。所以,消费一词的基本含义已经转变为与“浪费”、“耗光”等具有相同意义的语汇了。

可见,由消费概念的变化而产生的消费文化含义的转变,不仅涉及文化生产的问题,而且还涉及具体消费实践的问题。在鲍德里亚看来,消费者的消费实践完全是在生产者的意识形态诱导之下的一种购买活动,它既不体现消费者的创造意识,也不体现商品的使用价值,体现的是商品的文化逻辑。总之,鲍德里亚的消费文化是从意识形态分析入手,又从意识形态分析结束的。

从消费实践的角度来看,费瑟斯通的消费文化观似乎与鲍德里亚的消费文化观不太一样。鲍德里亚是把消费文化当做一种反面的社会文化,抑或称作反文化之类的文化范畴。费瑟斯通则认为,消费文化固然是生产者意识形态的体现,或者具体的消费实践也受到生产者意识形态的制约,但消费者在消费过程中发展了一套浪漫型的消费伦理,来转化这种意识形态,就像菲斯

## 也谈消费文化

张飞龙

综上所述,有几个分析的视角,就有几种消费文化。西方的消费文化完全是在商品生产者的生产、消费者的消费实践中体现出来的一种文化范畴。更确切地说,消费文化与消费主义有着某种契合。虽然费瑟斯通对消费主义和消费文化做了一番区分,但是他的消费文化观念仍然与消费主义有着同义的语汇关联。而从消费文化的产生与发展的角度来看,消费文化是后发的,与正统的文化之间有着某种抵牾之处。

以上是西方探讨消费文化的大体脉络。西方学者沿用了前辈哲学家的研究思路,对消费文化的负面作用进行了价值评估和探讨,这种研究当然属于社会学范畴。该研究思路几乎影响到了全世界的消费文化研究范式,中国的消费文化研究大体上也是如此。仰海峰、莫群等学者对消费文化的负面影响做了综合探讨,发表了相关专著。但是从上世纪末开始,以尹世杰教授为代表的经济学界开始研究消费文化的正面价值,力主建构消费文

### 动态

#### 《毛泽东箴言》在京首发

11月11日,由人民出版社与中央文献出版社联合出版的《毛泽东箴言》一书在京首发。该书由中国中央文献研究会编订,共收录毛泽东的至理名言360条,分成观世、正己、待人、处事4大篇。所收箴言摘选自《毛泽东选集》、《毛泽东文集》、《建国以来毛泽东文稿》等著作,

(刘茜)

#### 专家研讨传统技艺和传统美术类项目保护工作

受文化部委托,由中国艺术研究院·中国非物质文化遗产保护中心和苏州市文化广电新闻出版局共同承办的“中国非物质文化遗产传统技艺类项目保护工作培训班”和“中国非物质文化遗产传统美术类项目保护工作培训班”日前在苏州举办。

培训班为期7天,邀请了国家非物质文化遗产保护工作专家委员会委员,中国艺术研究院的知名专家、学者以及非物质文化遗产传承人代表进行授课。郑长铃、吕品田、孙建君、刘托、徐艺乙、吕存等专家分别就中国非物质文化遗产保护工作的现状与发展、非物质文化遗产

保护工作中宣传展示活动的策划与实施、当代社会发展传统技艺及民间美术的保护、传统美术类项目的保护规划编制、非物质文化遗产的数字化保护、日本传统工艺的保护策略、乱针绣艺术的传承与保护等议题进行了专项讲解。(刘修兵)

文博事业在文化产业发展中具有独特的地位与独特的优势。不只文化产业,所有国家产业,如制造业、企业管理、产品创意、设计制造,到市场营销,都有充分利用中国文化精神,中国文化元素要素,即强化民族特色文化元素要素的需求。从悠久和丰厚的传统文化中获取创造性的扩张,而审美文化的娱乐化在成功收割笑声后直接导致人文智力的大幅度下降,并不断踏越公共伦理的底线,造成社会大众道德的相对化甚至虚无化。人类共享的公共伦理与审美空间大面积毁坏,良好的人文环境和文化生态越来越飘渺甚至被人遗忘。

总之,当代社会的发展,离不开人文理想与伦理关怀维度的监督和规范,这对最终实现马克思主义“全面发展的人”与当代思想精英的文化自觉与民族复兴的远大目标有积极意义。文化“化”人,艺术“养”心;重在引领,贵在自觉,将是文化发展、创新的总目标。以此为坐标,我们要积极探索用社会主义核心价值体系引领社会思潮的有效途径,既尊重差异、包容多样,又有力量抵制各种错误和腐朽思想的影响,努力在多元中立主导、在多样中谋共识”。

聚焦

## 让文博资源成为文化产业的优势

李文儒

文博事业完全可以为文化产业提供无可穷尽的文化创意资源,文化内容资源,文化内涵资源。历史的智慧,民族的智慧,国家的智慧,是创造、创新性灵感的源泉,是产生无穷创意的智库,是任何资金、资产投入无法相比的智力支持与支撑。这样的优质资源足以带动和转化为人力优质资源,内容优质资源,原创优质资源,自主知识产权优质资源,产业品牌优质资源,产品精品优质资源。这样的优质资源足以带动和重组全新的产业文化链和文化产业链。5000年

文化文明转化和活跃在现代产业的链条中——一方面通过人,通过5000年文化熏陶、影响、塑造的产业文化和文化产业创意者、创造者转化,从思维、表达到传播、接受,从内容到形式的全面转化;另一方面,5000年甚至更长时间积累的文化可以成为创造文化产品的直接题材与间接题材,无尽的历史,无数的事件、人物,不断的再现、新编、重评,范围可以包括几乎所有文化产品,演艺活动,出版发行,广告,动漫,网络,娱乐,餐饮,旅游等等都可涉及。

文化产业落后,文化产品缺乏竞争力,核心的问题是文化产业、文化产品缺少文化之魂,缺少文化的真材实料。文博事业中蕴藏着最丰厚最重要最有价值的资源是内容资源,特别是优质的内容资源。这是最独特最不可替代的优势。这是文博资源优势转化为文化产业优势、市场优势的最主要的部分。从事文博事业的不懂文化产业,甚至排斥文化产业;搞文化产业的

不了解文博事业的丰富内涵,两张皮,两头不对接,最需要紧密结合的结合不起来,所以文化产业必然落后。科学技术是手段,是工具,很重要,但决定成败的,是实现价值的,最终靠的是内容。文化产业是最富创造性的产业,原创决定生死存亡,内容才是原创性中的决定性要素,所以才以内容为王。打造文化产业,创新文化产品,不从文化遗产中,不从文物、博物馆中寻找、发掘创造创新的原料元素,是文化产业的失败;文物、博物馆界没能充分提供丰富厚质的优质资源,是文博事业的失职。

观察

## 《李慧娘》:老戏新编更动人

徐培成

李慧娘和裴禹的爱情故事曾由众多剧种和众多剧团演出。绍兴小百花越剧团的《李慧娘》为这一传统名剧注入了新的生机。

该剧有一个历史演进过程。明代万历年间,宁波鄞县的剧作家周朝俊创作了传奇《红梅记》,描写南官书生裴禹与卢昭容相爱,卢赠裴一枝红梅而得副名(亦名《红梅花》)。裴、卢的爱情受到权相贾似道的阻挠和迫害。贾的侍妾李慧娘因赞赏裴生“美哉少年”被杀死,慧娘化为厉鬼保护裴生脱险,并成就了裴、卢二人的姻缘。明清传奇向来有故事双线进行的结构特点,此剧虽然裴、卢情节多,而裴、李情节少,但双线布局仍然非常明显。到了清乾、嘉年间,戏曲舞台上出现另一部无名氏撰写的传奇《红梅阁》,只写裴、李故事,删去卢昭容线索。裴、李二人幼年定婚,被贾似道所害,并增加另一个侍妾蕊娘勇敢地站出来搭救裴、李脱身,后李终为贾杀害,裴被贾囚于红梅阁而得此剧名。其后各个剧种直至今日演出此剧,大体上均舍去裴、卢情节,专写裴、李故事,结构由双线变为单线,其中最有代表性的是上世纪50年代末孟超改编的昆

剧《李慧娘》,该剧既保留了《红梅记》中裴、李相爱的情节,又突出了裴、李反权奸的行为和惩恶扬善的主旨,深层地开掘了这出戏的思想内涵,同时,又吸取了《红梅阁》中专写裴、李爱情的结构,使故事更集中,情节更紧凑,人物形象更鲜明。

绍兴小百花越剧团的《李慧娘》在内容和表演形式上既继承传统题材的精华,同时又有新意,满足观众的审美需求,给戏剧论坛再掀时尚风潮的跃动,心灵的呐喊。这是现代舞台对传统戏曲打击乐的大胆突破和有益的尝试。

全剧只有李、裴、贾三人有唱段,包括各剧种和各剧团演出的“跳判”使用的吹腔,也都省略,以此加强剧中主要人物的表演分量。另外,吸纳借鉴了其他剧种的表演技巧,京剧的“耍长水袖”、秦腔的“吐火”,川剧的“踢褶子”、婺剧《断桥》的三人舞、河北梆子的“跳判”等,都十分巧妙地融入到“放裴”“杀裴”和“救裴”的故事情节之中,赋予了越剧《李慧娘》很高的审美价值和观赏性。

点评

#### 乐活论坛再掀时尚文化潮流

以“有机生态·持续·乐活·时尚”为主题,中国第二届国际乐活(LOHAS)论坛将于12月12日在北京举行。乐活(LOHAS)是指“健康的、可持续的生活风格”它的崛起是中国经济高速增长之后的结果,乐活的概念从西方引入中国仅仅四五年,乐活注重人和社会以及自然之间的和谐相处,很快在中国成为时尚文化潮流,乐活族渐受瞩目。

第二次乐活论坛分设乐活世界、中国乡村、高感触(High Touch)产业、乐活产业、乐活体验等几个专题研讨活动。专业人士将共同交流与分享国际乐活发展的最新趋势、乐活企业与乐活产业的最新动向、乐活市场与乐活消费者的最新资讯。(若水)