

论当代文化消费困局及文化伦理体系的建构

江 凌

(上海交通大学 媒体与设计学院 国家文化产业创新与研究基地, 上海 200240)

【摘 要】文化伦理是构建社会核心价值体系的重要一环,无论是对文化本身还是对整个社会的长远发展都具有重要影响。文化伦理作为一种规制手段和新秩序的基石应当受到重视。艺术大众化促进了文化权利的平等,同时也产生了大众文化伦理价值缺失的弊端。文化伦理应当成为人们社会生活的一种状态,反映整个社会的精神状态。文化伦理价值体系的构建有助于明确文化发展的方向,规制文化消费和市场乱象。构建大众文化伦理价值体系既要传承优秀的传统文化伦理道德,也要吸收国外大众文化伦理的精髓。在当今文化产业大发展时代,精神领域的人文关怀和道德伦理才是文化产业发展的最终目标。

【关键词】艺术大众化;文化消费困局;文化伦理价值体系

【中图分类号】G122

【文献标识码】A

【文章编号】1671-6973(2015)01-0064-07

“文化伦理”范畴不仅表达一种社会关系和社会秩序,而且它始终意味着一种姿态:对人的生存状态的反思与批判,对人类历史的检讨和对于未来的伦理期望。作为概念,“文化伦理”是对现象世界的把握方式,表达伦理存在;作为逻辑,“文化伦理”蕴涵着“文化”与“伦理”二者之间的内在联系,显示伦理的必然;作为价值,“文化伦理”则向往超越,表达伦理自由。^[1]“当伦理在文化母体中找到存在的根据后,文化就具有了人格和责任,它必须对人类的现在和未来负责,为人类承担无法解构、不可拒绝的道德义务。”^[2]

儒家文化伦理道德历来是中国人社会生活中极为重要的一部分,然而随着五四新文化运动对旧的儒家伦理体系加以批判和抛弃,加之文化大革命对传统文化的彻底否定,中国真正意义上的传统儒家伦理体系已经消亡,时至今日,新的文化伦理体系也尚未建立。改革开放后,中国社会在向前发展和转型的时候,不免受到西方价值体系的冲击。因此,现今中国社会的伦理体系可以说是处于混乱重组的状态下。同时,科技的进步给文化和传统伦理造成了深远影响。英国历史学者汤因比在其《艺术的未来》一书中提到“二十世纪所爆发的对自然主义艺术的背叛,看起来不太像对西方道德、政治堕

落的反映,反倒更像对当代西方飞速发展的科学与技术回应。”^[3]科技扭转了传统的价值观和伦理体系,给本就混乱的社会价值重构增添了新的难度。而文化伦理,则涉及社会的各个方面,无论是政府、组织或个人都无法摆脱其影响。

科技进步促进了生产力的发展,而由于生产力水平的不断提高,物质财富和物质消费的扩大,人们的精神生活需求扩大,文化消费越来越受到重视,文化消费在居民社会生活中的重要性也日益凸显。消费是现代经济发展的动力,“今天,在我们周围,存在着一种由不断增长的物、服务和物质财富所构成的惊人的消费和丰盛现象。”^[4]因此,物质与社会、人与社会、人与物质之间存在着紧密的联系,同时,它们相互之间的关系错综复杂,有时相互排斥,有时又相互助力。物质文明的发展有时可以推动社会的进步和人自身的发展,而有时可能导致社会的紊乱和市场的失灵,进而造成了人与社会关系的混乱。马克思主义政治经济学早就关注到这一问题,想要揭示“人们之间的物的关系和物之间的社会关系”。^[5]然而由于社会的变动以及文化产品和文化消费的特殊性,对于传统的消费理论有必要进行重新审视。同时,人们的消费动机也发生了重大转变。“人们的消费从物质性、实用性和功能性

【收稿日期】2014-09-05

【作者简介】江凌(1975—),男,河南淅川人,史学博士,新闻学博士后(出站),主要研究方向:文化产业学,新闻与传播学。

中解放出来;消费所关注的焦点已经不是消费品的使用价值,而是它所指称的符号意义和突出的个性特征。”^[6]消费观念和形式的转变体现在文化领域,便是对传统的观念和伦理产生了挑战。所谓文化演艺过程中出现的低俗、媚俗、粗俗的倾向即是对传统伦理体系的挑战。

在当今文化消费时代,如何应对现代文化消费对伦理价值体系的冲击,如何重构消费文化伦理体系,将是本文探讨的重点。本文将从艺术大众化趋势下的文化消费、当代文化消费的伦理困局、新文化伦理构建三方面进行分析与阐释。

一、艺术大众化趋势下的文化消费形态

当今,随着经济与科技的发展、信息化时代的到来和民众受教育程度的显著提升、民众精神文化需求倍增,尤其是在文化工业和文化产业化发展的背景下,艺术大众化趋势越来越明显,迎来了大众文化消费时代。其实,艺术通俗化、大众化的趋势早在第一次工业革命发生之时就开始了,此后,由于经济、科技的长足发展和进步,相关的资本市场、金融体系也变得比较完善,再加上艺术教育的普及,现在的艺术大众化进程又与工业革命时代或20世纪初有很大不同。艺术大众化扭转了或者说拓宽了艺术的概念和内涵,使得艺术走下精英控制的神坛,而现在的艺术大众化则对艺术的概念或内涵进行了颠覆性的理解。新的艺术样式层出不穷,挑战传统的艺术边界。

在文化消费语境下,大众文化艺术内容趋向精深化、形式趋向科技化、信息化、多样化,大众文化消费呈现选择多样性和偏好的不确定性。同时,由于文化产品本身的特性,它更多关注精神符号层面非必需的物质消费品,难以左右消费者的购买欲望和购买行为,因此,消费者偏好不确定性的特点更加明显。例如在电影行业,普遍可以寻找的规律是观众偏好大制作和情节离奇、精良特效的影片,然而很多时候,一些小成本的喜剧片、怀旧片或文艺片也能一鸣惊人,比如最近热映的《致我们终将逝去的青春》。德国学者本雅明认为,“对艺术作品的接受各有侧重,其中有两种极端:一种只看重艺术作品的膜拜价值,另一种则只看重它的展览价值。”^[7]接受的侧重实质上是不同艺术观点的具体体现,同时也是不同社会价值观的具象化。换言之,价值观的不同决定了偏好的不同,而大众社会价值体系与传统社会的剥离也自然会对文化消费

模式造成冲击。而在这种对消费模式冲击的背后,也显露出对社会价值和伦理体系冲击的隐忧。技术的变革和价值观念的转变导致原有价值体系的瓦解。体现在文化消费领域,这种瓦解表现得更为明显。文化产品偏重于人类精神领域的创造和享受,不同于其他物质消费,文化消费的符号意义更加体现出消费群体、个体的价值观和伦理趋向。文化在自身发展的过程中,必然也会出现适应于当代核心价值观的文化伦理体系。而社会核心价值体系对于这种文化伦理的构建起到了重大的影响作用。大众文化时代的到来,使得文化伦理不再是精英的私有财产,而是要谋求公众普遍的认同。传统的文化伦理体系的崩溃是历史的必然趋势,而新文化伦理体系的建立则是政府、非政府组织、当代艺术家等精英团体和公众的共同责任。

在大众文化环境下,原有的神话被打破,阶级界限变得模糊,自由平等的意识觉醒并逐渐走向成熟。艺术大众化和文化消费大众化的趋势不可避免。法兰克福学派的“艺术精英论”未免有失偏颇,大众的审美品味在更加频繁的文化消费过程中能够得到有效提升。同时,伴随着思想领域的革命,人们的精神价值观也随之变迁。旧的价值观念、价值体系被颠覆,而新的价值体系尚在形成过程之中,这就会对文化消费产生一定的消极影响。目前,中国正处在这样一个阶段。在五四新文化运动的洗礼下,现代中国走上了西方式的文化发展道路(暂且不论它是否合适)。然而,这种对传统儒家伦理价值体系的颠覆造成了当今一定程度的社会伦理价值混乱。而在全中国解放后,文化大革命则彻底摧毁了人们对旧有社会价值体系的留恋,只是新的伦理价值体系未曾建立。改革开放后,中国社会走上了经济高速发展的轨道,时至今日,中国的社会伦理价值体系可以说是在不成熟的西方模式上再加上一些伪传统的价值观念。在这样一种不成熟、不完善的社会伦理价值体系下,大众文化消费社会却已经形成,因此,出现诸如媚俗、低俗、恶俗等以违反伦理价值体系作为卖点的文化消费行为也就不足为奇了。其根本原因在于文化伦理体系的缺失。然而,这样的代价也是“成长中的必然”。任何新的伦理价值体系在形成的过程中必然要经受一定的反作用,特别是在中国旧有伦理体系被完全摧毁的状况下,新的社会伦理价值体系重建更是困难重重。文化“三俗”现象的出现和文化消费的种种病态现象在另一方面反而有助于更快构建文化伦理价值体系的标杆和尺度。

现代性是艺术大众化、通俗化的诱因之一。“现代性的重要特征就是躲避崇高、颠覆神圣、解构伟大。”^[8]精英文化艺术高高在上的地位早已不在,而现在日益走向民间甚至沦为仅供休闲娱乐的地位。不可否认,休闲娱乐是文化消费的重要组成部分。然而,过度的娱乐化消费只能造成文化根本特性的缺失和文化伦理价值体系的崩溃。传统文化艺术较之具有现代性的机械复制艺术,更具有警醒的价值与教育、社会功能,维护和继承这些功能便成为了当今文化消费时代迫切需要完成的任务。

大众文化消费的形成与工业和技术的发展密不可分,而工业和技术同样加速了艺术大众化的趋势。霍克海默和阿多诺指出,“文化工业把娱乐变成了一种人人皆知的谎言,变成了宗教畅销书,心理电影以及妇女系列片都可以接受的胡言乱语,变成了得到人们一致赞同的令人尴尬的装饰,这样,现实生活中的真实情感便可以受到更加牢固的控制了。”^[9]他们眼中的现代艺术就是这样一种状态。这种说法虽然有失偏颇,然而,这种担忧却并非没有理由。在大众文化语境下,随着文化产品种类和形式的增多,文化消费趋向于多样化,然而,这种多样化仅限于文化产品的种类和形式,其内在核心却表现出更多的同质化倾向。毫无疑问,工业化带来的是标准化生产,而文化产品由于其关注精神层面的特殊性,其形式的标准化显然是有悖于文化产品特征的,因此只能在文化产品的内涵上做到标准化。现今的文化产品虽然在表面上分属不同种类,表现形式各具特色,而其核心思想和价值观念的表达却是千篇一律,最为明显的就是好莱坞大片,它们对美国自由、民主、平等、民权等普世价值的宣扬可谓殊途同归。然而,具有讽刺意味的是,这些内涵同质化程度相当高的影片,换个片名、换个题材、换个故事设定依旧能够风靡全球、挤占其他影片的市场份额。因此,当我们在感慨好莱坞纯熟的工业化生产模式和高度整合的产业链的同时,应该反思工业化对文化产品的内核造成了怎样的消极影响。在文化消费领域,精神内核同质化的局面愈发凸现。关键的问题在于控制文化产品的工业化和商业化程度。没有工业和技术的支撑,艺术难以普及,而没有商业的支撑,艺术的社会和文化价值难以获得相应的犒赏,从而使得文化产品的生产者失去创作的积极性。然而,过分依赖工业、技术和商业则会造成艺术本性的迷失和文化消费社会功能的缺失。这种缺失需要文化伦理价值的补位。只有文化伦理的及时制衡才能保证文化产品服务于

人类精神需求的初衷,才能保证文化消费市场的健康成长。文化工业和技术催生的文化产品在一定程度上是缺乏艺术灵魂的,这就需要文化伦理对生产者、销售者和消费者进行制约,以保证文化产品的文化和社会功能得以充分展现。

由于艺术通俗化、大众化趋势是现今社会发展的客观阶段,也是工业化生产的必然产物,因此,消除其负面效应不可能以颠覆整个社会架构作为手段,最可行的方式还是从文化艺术教育着手,培养良好的艺术修养和文化消费习惯,并在争议过程中培育出适合当今文化消费模式的文化伦理体系。“今日的艺术教育工作者仍然低估了人们对艺术的鉴赏能力,一如学校教师往往低估学生的阅读语言能力。”^[10]时至今日,艺术再也不是精英阶层的玩物,而成了大众消费的产品,这一事实本身就是对大众艺术教育的极大普及。专门的或普及的艺术教育在对审美能力、创作能力的培养上固然起到了一定的作用,但是要说到对大众最直接、最具体的艺术教育莫过于他们在平时生活中进行的文化消费。最直接地接触艺术产品能够使大众在体验艺术消费的同时获得艺术感知,这远比简单的艺术普及教育来得实用、有效。而所谓的艺术甚或文化伦理,也必然是大众消费在长期实践中逐步成形的。在艺术大众化、通俗化的今天,文化的快餐式消费是普遍的现象,而大众所追求的大多只是短时的精神享受或刺激。将艺术教育和文化消费习惯的培养相结合,有助于在提升艺术修养的同时形成良好的辨识能力,有助于文化产品的消费者在庞大的文化市场中做出应有的判断,同时,也有利于新的文化伦理秩序的尽快确立。

二、当代文化消费的伦理困局

20世纪以来的现代化进程并不如人们普遍希望的那样,给他们带来物质的富裕和精神的满足,并没有实现“民主、自由、平等、博爱”的价值诺言,相反,出现了资本主义精神危机和文化伦理困惑。^[2]人们摆脱了生活资料匮乏的“基本压抑”,却陷入了“额外压抑”,即被物质商业社会的价值定向牢牢控制了,人们的内心世界严重萎缩,陷入了对物质需求的疯狂追求和依赖,结果便是,“生命的贬值和幸福的感觉并行不悖,物质财富的膨胀和内心世界的萎缩携手共进。谓之‘舒舒服服、平平稳稳、合理而又民主的不自由。’”^[11]其主要原因和社会背景在于:

一是,二战后,西方资本主义社会经济的繁荣、生产力的迅猛发展和物质财富的急剧增加,为人类

摆脱最基本的生存问题的困扰提供了条件,一个新的空间随之出现,这是人们的自由发展的空间,它的本质是“文化空间”。但是当这个空间逐渐扩展为人类社会的主导结构的时候,它却迎来了资本主义的新型极权的统治,以至于出现“物质丰富、精神痛苦”的奇特现象。^[2]二是,现代科学技术将公众的社会意识和思维整合到工具理性的价值体系中,实现对公众进行思想统治的意识形态功能,从而掩盖了社会道德、文化伦理真相。近代工具理性诞生后,人们发现,行为的结果可以预测,自然已不再神秘,人类完全可以把握甚至征服它。这世界并没有一个上帝掌管着秩序,所谓的神圣,不过是无知的别名。科技僭越为衡量万物的尺度,甚至我们的情感、苦痛、爱与尊严,也被放在了科技的天平上。但科学并不是万能的,那些按科学原则建立起来的社会制度、社会伦理和社会秩序纷纷倒下,露出了底色的反智。三是,“文化工业”主导的大众文化,操纵和奴役着公众心理。艺术是自由最后的避难所,是“人类对现实彼岸的‘另一个’社会的渴望的最后保存者。”^[12]但是商业化的现代文化工业,通过大批量生产的大众文化,扭曲并控制了人们的思想意识。^[2]四是,20世纪60年代,西方后现代主义的现代解构运动曾使一切权威和强制性的一致性思维都黯然失色,同时也使一切知识都零碎化、浮面化、疏离化,最终只留下一些思想碎片和一个众声喧哗、支离破碎的世界。他们提出粉碎一切权威,粉碎现代主义的宏大叙事,却并未构建出一个新的世界、新的时代。20世纪90年代以来,后现代的离散性和碎片化使人越来越感到精神危机。

在文化工业和大众文化商业化背景下,市场经济和商业交易促进了文化消费的增长,然而,商业交易的弊端是客观存在的,在大众文化社会环境下,文化产品的经济属性不可避免地占据上风,抑制了其文化和社会属性的作用的发挥。阿多诺认为,在文化工业中,“集体权力不可挽回地在销蚀个性”,它反映的是“个性的泯灭”,只能导致个体独立思考能力的退化,从而有利于统治阶级意识形态对人民的控制。阿多尔诺断定本雅明对机械复制技术采取的态度是非辩证的,是一种不加批判的乐观态度,甚至是对技术的一种“物神崇拜”,这将使技术最终“充当赤裸裸的反动力量”。^[13]在精英阶层的传统观念中,“是快餐”则必定是粗制滥造;“是通俗”则必定低下媚俗;“是娱乐”则必定游戏人生;“是精品”则必定远离大众。^[14]这种见解虽然有些极端,但是其警醒作用不容忽视,特别是当下信息时

代的到来,使得技术在艺术创作和文化消费中的地位更加复杂。

信息和技术使得复制的代价更为低廉,同时由于技术的进步,新的艺术形式和艺术表现手法也层出不穷。本雅明对这些技术革新保持着积极乐观的态度。他引用保罗·瓦雷里的话,说道:“我们的技巧在所达到的适应能力和精确度上正经历的惊人发展使我们看到,古代的美的艺术即将发生深刻的变化。在所有艺术中都存在着一种不可能再像以前那样去观赏和对待的物质成分,这种物质成分也不能不受制于现代科学和现代实践。……伟大的革新会改变艺术的全部技巧,由此必将影响到艺术创作本身,最终或许还会导致以最迷人的方式改变艺术概念本身。”^[15]然而,不可否认的是,在这些光怪陆离的表象背后,隐藏着大众文化下的文化生产和消费困局。这种困局形成的关键在于对文化生产和消费理念的困惑以及文化伦理价值体系的混乱。

现代文化生产和消费困局首先表现在文化产品及其服务的审美消费品位方面。当今,精英掌控文化艺术领域(文化创作、文化审美、文化消费等)的历史已经一去不复返,工业化、大众化的艺术生产导致了文化艺术作品无法做到曾经的精雕细琢。因此,不免出现了所谓通俗甚至低俗、媚俗、恶俗的文化消费。这与文化的基本特性有一定关联。文化的兼容性不强,一个新的文化形态或艺术形式可能要经过漫长的时间才会被主流文化体系所接纳。新出现的文化产品或服务可能被视为是对现实的叛逆而遭到排斥,也就成为了低俗、媚俗甚至恶俗的表现。同时,不同的民族文化和审美尺度也会导致对文化消费的误读和误判,例如,中国北方的传统文艺节目“二人转”在南方就存在诸多争论。然而,当今文化生产和消费领域出现低俗、媚俗化的现象是不争的事实。比如,各种电视节目充斥着内容同质、格调低下的选秀节目,而在影视作品中,也出现了靠出位的镜头和剧情博取眼球的趋势。这些乱象的出现是文化艺术大众化的副产品,是文化伦理重构过程中必须经历的苦痛。在物质文化飞速发展的同时,由于精神产品创作和理论建设的滞后性,导致了文化消费需求难以满足普通民众的文化消费需求,也就出现了“劣币驱逐良币”的种种现象。加快文化伦理体系的构建和文化产业的健康发展是应对这种困局的最佳手段。然而,受限于文化发展的阶段性特征,并不可能一蹴而就地形成有效的文化伦理体系和积极的文化消费理念,因此,这一困局可能会长期存在并成为文化生产和消

费中的瓶颈问题。

其次,文化生产和消费困局体现在知识产权保护和优秀产品创作方面。文化产品及服务的创作需要一个艰苦而长时间劳作的过程,尤其是有品味的高端文化产品生产更是如此,在当今文化工业时代,文化产品复制成本的降低导致艰困劳作下的文化和精神创意被肆意盗窃,而网络技术的突飞猛进则为非法复制的文化产品快速传播提供了绿色通道,这不仅破坏了正常文化消费的市场秩序,而且严重挫伤了文化艺术工作者的创作积极性,从而造成精品创作不足、低质文化产品及服务泛滥的现象。而随着民众文化教育水平的普遍上升和审美情趣、审美品味的变化和提升,低劣的文化产品及服务越来越难以满足公众的精神文化需求,造成了文化产品及其服务的生产不足、质量不佳和公众日益增长的文化需求之间的矛盾加剧。

其三,由于知识产权保护不力,盗版和“山寨”现象泛滥,导致了“公共市场消费”不足和低廉的文化消费现象滋生。普通民众通过网络下载、盗版侵权等手段轻易地消费影视等大众文化产品,从而使影院、剧院、商店等公共文化空间的“公共市场消费”的分流和文化市场的萎缩。因此,需要文化法制建设和文化伦理构建双管齐下。尽管《知识产权法》等相关保护著作权的法律已经出台,但在执行过程中遇到了诸多困难。同时,数据时代的到来使得对于艺术创作剽窃的认定和取证更加困难,因此,网络环境很大程度上依赖的是伦理自觉而非法制的维护。成熟的文化伦理体系能够弥补法律的缺位,维护创作者的合法权益。因此,在网络化和数字化时代,文化产品的知识产权保护、文化伦理价值的构建势在必行。

其四,文化的经济性特征被过度放大,而其他的社会和文化属性则被忽略,导致了文化的市场价值被错误评估,扰乱了正常的文化市场秩序。市场经济的发展和片面追求经济效益迫使文化艺术产品过度商品化和急功近利化,而纠正这一现象需要对文化产品及其服务的社会功能重新认识和定位。新的文化伦理体系就是要确保文化功能定位的合法性和持续性,因此,构建新的文化伦理体系对于重塑文化形象和确保文化市场秩序具有重要意义。

文化生产和消费的困局是当代社会必须经受的考验,也是必须解决的重大问题。在这一系列的现象背后,迫切需求构建新的文化伦理体系。

三、文化伦理价值体系的构建

文化伦理的功用在于赋予人类以生活和价值

意义,即从某种价值原则出发,在人类活动的可选择的可能性空间内,规定某些活动(如大众文化消费)为有价值、有意义。文化作为人类的社会和精神生活方式,包括个体与社会的信仰体系和道德体系,这是一个以自由和发展为根的领域,有显著的民族性、历史承继性。如前所述,中国在经历了新文化运动、文化大革命等重大历史事件之后,传统文化伦理已经失去内核,仅存在于表象和学术讨论层面。当代以来,虽有所谓新儒家的出现,甚至在全球大规模兴建孔子学院,宣扬儒家文化,但是这究竟是悠久民族文化传统的显耀还是重拾传统文化伦理的第一步,尚未可知。现今社会,在西方当代种种思潮和价值观念、伦理道德的冲击下,人们对中华儒家思想的偏见和误解并未消除。

成中英先生提出的“深入了解现代化事业儒家理论的途径是:面向社会、政治和经济现代化的潮流,致力于儒家伦理思想核心的现代化和变革。”^[16]这一见解直接点出了目前中国文化伦理构建过程中最迫切的任务。在大众文化消费过程中,难免会出现消费主体意识的偏差甚至整体社会意识的偏离,这就需要对文化伦理加以规整。而目前中国社会缺乏这一文化伦理的存在,换言之,在文化消费过程中缺少了自查和自我修正的机制,从而更可能出现文化市场失灵的情况。在推动文化产品市场化的同时仍旧应当看到文化产品的准公共品性质,而要保护并实现文化产品的公共作用,则必须依赖于大众文化伦理的构建。由于旧有的文化伦理体系已经被彻底摧毁,中国试图构建新的伦理标准,然而,这一努力仍旧在艰难探索中,而当代大众文化和大众文化消费的滋长蔓延急切呼唤新的伦理标准的出现。

然而,文化伦理价值体系的重塑并非一帆风顺。在文化全球化的今天,文化同质化的危险性加剧。在“泛西化”思潮的蔓延下,中国现当代文化的西化程度也比较高,体现在文化消费方面,则是对西方文化消费价值观念和消费模式的盲目模仿。当今中国社会已进入大众消费社会时代,大众消费社会主要表现在选择的多样化、社会的平等度和消费的自由度上。根据鲍德里亚的观点,“消费社会根本区别于传统的生产社会,是以围绕商品消费为主导组织起来的社会。”^[17]当今中国正在向后工业时代转型,消费已经取代生产成为了社会经济发展的原动力。同时,在当今信息科技时代,中国目前的互联网普及率很高,信息流通量很大,然而,中国社会仍旧保守了一些传统的农业社会习俗,这些习

俗并不能构成完整的现代社会伦理体系,至多只能算是祖先记忆的残留。因此,在社会转型时代,中国社会的多元化、复杂化程度高,大众文化消费的内涵也更为丰富和复杂。在这样的情况下,若要唤起和构建获得普遍认可的文化伦理价值体系,必然要经历一段漫长的过程。在这一过程中,某些残存的传统价值理念、伦理道德和生活习俗可能不能适应。这种“适应不良的因素有很多,环境变化是一个原因。别的理由则比较复杂,涉及人们解决问题的方式如何。”^[18]因此,文化伦理价值体系的构建不可能一蹴而就,必然要经历一番选择取舍、扬弃更新,甚或颠覆和重塑。

“伦理”在某种程度上意味着“束缚”,即在道德伦理规范下人们所要遵循的准则。后现代语境下的“伦理”又不尽然是束缚,而更多的是“唤起”,唤起生命的意义。生命最高的追求在于“真”与“美”。文化伦理的内在脉络即:通过“他人”构想一种伦理,拯救人类物欲和文化消费中的精神危机,为生命理想确立内在而又超越的道德基础。当今时代,物欲横流的世界到处充斥着“金钱与权力”,而“道德是什么,如何做算是道德”等问题渐渐模棱两可,甚至模糊不清。因此,文化伦理的追求,本质上是人自身意义的追问与反思,它标志人对自己理解的深度、广度和特殊性,是人的自我认识、自觉意识的一种表现。这种自由反思式的西方文化伦理模式当然需要借鉴,但仅靠自我意义的反思和追问无法构建文化伦理体系。中国社会消费文化伦理的构建过程中必然会受到西方模式的影响,如何应对也是一个相当棘手的问题。现今,这种矛盾已经日益凸显,解决之道还在于政府、非政府组织(团体)、社会精英的引导和民众的自主选择。大众文化反映的是群体和个人需求的融合与妥协,大众消费社会的优点就在于其民主性、平等性,在于社会大众拥有选择自由的权利。前几年,有北大等多所大学的博士联名要求禁止在中国过圣诞节,这一做法显然是不足取的。如果一个现代文明不能秉持兼容并蓄的态度则不能适应当今社会的发展。另外,过度的政府政策性干预是无法反映文化的自主选择权 and 文化的平等、自由原则的,而文化伦理价值体系的构建必然不能重蹈精英主导或者政府主导的老路,而应当在社会精英和政府、社会组织“有限度引导”基础上,尊重大众社会整体与个体的自主选择权,这样才能保证重塑的文化伦理价值体系经得起社会实践的考验。应对西方文化伦理价值的侵入,应当扬弃式接纳和借鉴,相信社会的自我选择能

力。同时,对传统文化伦理体系的倡导应当适度,既不能喧宾夺主,也不能放任自流,应当顺势而为,与当下文化消费态势相结合。

文化伦理价值体系的构建必然是阶段性的。首先需要解决的是物质和精神的矛盾。现今中国仍处于转型阶段,经济发展仍是社会的重心。体现在文化领域,则是文化产业的发展和文化消费的普及。目前,我们在文化产业发展过程中,经济效益受到更多关注。而文化、社会效益则没有得到强化,从而加剧了文化伦理的失守。不可否认,虽然文化产业的发展可以拉动经济增长并缓解就业压力,然而,精神领域的人文关怀才是文化产业发展的最终目标。文化伦理体系建设是要解决这一矛盾的。在文化伦理体系构建的最初阶段,需要政府和非政府组织有力支持。首先,政府在注重物质积累和经济增长的同时,以社会主义核心价值观体系为主轴的背景下,着力观照文化伦理道德建设,在政策、制度层面保障文化的健康发展,以防出现片面追求物质和经济利益而损害文化伦理价值的局面。其次,政府在给予文化伦理建设支持的同时,也需要尊重文化发展的自主选择权,充分发挥文化的社会性功能,使得文化伦理的建设依托于社会发展并充分代表新时期的社会精神。最后,文化伦理价值体系的构建是一个漫长的过程,会面临诸多挑战,在这一过程中既要汲取优秀传统文化伦理的积极成分,也要借鉴和吸收当代国外文化的伦理精髓,兼容并包,整合创新,真正促进文化伦理价值体系的阶段性构建。

四、结语

文化伦理是构建新的社会核心价值体系的重要一环,无论是对文化本身还是对整个社会的长远发展都具有重要的影响。文化伦理作为一种规制手段和文化新秩序的基石应当受到重视。在文化伦理构建过程中,既要尊重文化发展的客观规律,也必须认识到一定的组织和引导是必要的。艺术大众化加速了文化权利平等、文化自由选择趋势,同时也产生了一些弊端,而这些弊端的克服是文化伦理建设的题中之义。文化伦理并不是是非观的另一种表现形态,而应当成为人们社会生活的一种状态,反映整个社会的精神状态。

文化伦理的构建离不开文化消费的实践。虽然工业化和信息化似乎将文化消费引入了困局,然而,艺术大众化和文化消费社会的发展趋势是不可逆的。如何与时俱进地保持文化消费的伦理功能和社会功能成为了一个重要课题。文化伦理与文

化消费是相辅相成的,文化伦理能够将文化消费带出困局,而文化消费的实践又能促进文化伦理的反思和构建。在文化消费的过程中,个人自主选择,政府及非政府组织、社会团体、社会精英的引导和社会文化消费需求三者互相影响,有时互相博弈以求达到平衡,而这个平衡点就是文化伦理所在。文化伦理价值体系的构建不能是政府的强制行为,也不能任由个人主观意愿,而应当是综合考量,在社会主义核心价值观体系的框架下,在维护社会集体利益的情况下,尊重个人和社会发展选择,唯有如此,才能构建起文化伦理价值体系。

【参 考 文 献】

- [1] 魏则胜,李萍.文化伦理的逻辑[J].天津社会科学,2006,(2):42.
- [2] 李萍,魏则胜.文化伦理:存在与意义[J].中州学刊,2005,(6):131-134.
- [3] 汤因比,马尔塞斯等.艺术的未来[M].王治河译.北京:北京大学出版社,1991:14.
- [4] 鲍德里亚.消费社会[M].刘成富,全志钢译.南京:南京大学出版社,2000:1.
- [5] 马克思.《资本论》(第一卷上)[M].北京:人民出版社,1975:90.
- [6] 张红岭,魏新龙.鲍德里亚的“消费”与“劳动”概念——兼论鲍德里亚与马克思之间的理论关联[J].淮阴师范学院学报:社会哲学版,2008,(1).
- [7] 瓦尔特·本雅明.经验与贫乏[M].王炳均,杨劲译.天津:百花文艺出版社,1999:268.
- [8] 徐岱.崇高之后——论传媒时代的艺术生产[J].文艺理论研究,2007,(1).
- [9] 马克斯·霍克海默,西奥多·阿多诺.启蒙辩证法[M].渠敬东,曹卫东译.上海:上海人民出版社,2003:160-161.
- [10] Vincent Lanier. Popularization Without Misrepresentation: Curriculum Content For Aesthetic Literacy. Art Education, Vol. 34, No. 6 (Nov., 1981).
- [11] 顾肃,张凤阳.西方现代社会思潮史[M].济南:山东教育出版社,2004:468,492.
- [12] 马丁·杰伊(Jay, M.).法兰克福学派史:1923-1950[M].单世联译.广州:广东人民出版社,1996:205.
- [13] R. 沃林.艺术与机械复制:阿多尔诺和本雅明的论争[M].李瑞华译.国外社会科学.1998,(2).
- [14] 刘中帆.电视艺术通俗化与提升审美价值[J].理论观察.2003,(1).
- [15] 瓦尔特·本雅明.摄影小史、机械复制时代的艺术作品[M].王才勇译.南京:江苏人民出版社,2006:107.
- [16] 成中英.文化·伦理与管理——中国现代化的哲学省思[M].贵阳:贵州人民出版社,1991:175.
- [17] 易海威,赵潺潺.符号的批判——浅析鲍德里亚的消费社会理论[J].江西行政学院学报.2009,(4).
- [18] (美)塞缪尔·亨廷顿,劳伦斯·哈里森主编.文化的重要作用——价值观如何影响人类进步[M].北京:新华出版社,2010:178.

(责任编辑:闫卫平)

Discussion on the predicament of the Contemporary Cultural Consumption and the Construction of Ethical Value System of the Culture

JIANG Ling

(School of Media and Design, Shanghai Jiaotong University, Shanghai, 200240, China)

Abstract: Cultural ethics is an important part of building new social core value system, and has an important impact on long-term development whether culture itself or the society as a whole. Cultural ethics should be taken seriously as a means of regulation and the cornerstone of the new order. The popularity of ART has accelerate the trend of equal rights of culture, but also produces drawbacks of mass cultural ethical values missing. Popular cultural ethics should become a state of people's social life, and reflect the mental state of the entire society. Popular Cultural ethical value system is built to help clear direction of cultural development and to standard cultural consumption and market chaos. To build ethical value system of mass culture we should not only heritage of excellent traditional cultural ethics, but also absorb the essence of foreign mass cultural ethics. In the era of great development of cultural industries today, humane care in the spiritual field and cultural ethics is the ultimate goal of development of cultural industries.

Key words: Art Popularity; the Predicament of Cultural Consumption; Ethical Value System of the Culture.