

doi:10.20270/j.cnki.1674-117X.2025.5012

消费赋能与技术赋权语境下的审美异化及救赎

何建良

(湖南科技学院 文法学院, 湖南 永州 425199)

摘要: 在消费社会与数字资本主义深度耦合的当代语境中, 审美活动正经历着由消费赋能与技术赋权双重驱动的异变与挑战。通过对深受消费与技术影响, 且具有广泛受众度的商业电影、网络文学、视频短剧三种文艺样态的分层解析, 不难发现当代审美存在审美价值迷失的异化症候。这种审美异化并非单一因素所致, 而是技术崇拜的工具理性扩张、娱乐至上的消费逻辑渗透与主体认知的主动嬗变相互作用形成的复合机制产物。面对这种审美异化, 唯有通过价值维度的重构、审美主体的觉醒与审美生态的革新, 才能在技术理性与消费逻辑的重围中找寻实现审美救赎的亮光。

关键词: 消费赋能; 技术赋权; 审美异化; 审美价值; 审美救赎

中图分类号: B83-0

文献标志码: A

文章编号: 1674-117X(2025)05-0098-09

Aesthetic Alienation and Redemption in the Context of Consumption Empowerment and Technological Enablement

HE Jianliang

(College of Literature and Law, Hunan University of Science and Engineering, Yongzhou 425199, China)

Abstract: In the contemporary context where consumer society and digital capitalism are deeply intertwined, aesthetic activities are undergoing transformation and challenges driven by the dual forces of consumption empowerment and technological enablement. Through a stratified analysis of three widely popular cultural forms—commercial films, online literature, and short video dramas—which are profoundly influenced by consumption and technology, it becomes evident that symptoms of aesthetic alienation, characterized by the loss of aesthetic value, are prevalent. This aesthetic alienation is not caused by a single factor but is rather the product of a complex mechanism formed by the interaction of three forces: the expansion of instrumental rationality driven by technological worship, the infiltration of consumption logic prioritizing entertainment, and the active evolution of subjective cognition. Confronted with this aesthetic alienation, only through the reconstruction of value dimensions, the awakening of aesthetic subjects, and the innovation of aesthetic ecosystems can we find a glimmer of hope for aesthetic redemption amidst the siege of technological rationality and consumer logic.

Keywords: consumption empowerment; technological enablement; aesthetic alienation; aesthetic value; aesthetic redemption

收稿日期: 2025-07-08

基金项目: 湖南省教育厅重点项目“价值维度中的艺术终结研究”(21A0516)

作者简介: 何建良, 男, 湖南耒阳人, 湖南科技学院教授, 博士, 研究方向为文艺美学。

21 世纪以来，随着消费社会的深度发展与数字技术的革新突破，消费与技术在当代社会正扮演着愈发重要的角色。消费赋能使得消费不再仅仅是满足基本物质需求的行为，而成为一种具有强大社会影响力、能够赋予消费者更多选择权利和地位象征的“消费的意识形态”^[1]。换言之，“消费已经成为一种完全的生活方式”^[2]。技术赋权则借助先进的科学技术，“从‘数字革命’进入社交媒体时代”^[3]，它让更多个体能够参与文化生产与传播活动。在这样的双重语境下，人类审美活动的场域、形式与价值正在经历前所未有的变革。消费逻辑与技术理性对审美领域的全面渗透，一方面勾勒出文化产业的繁荣图景，另一方面则折射出审美实践在消费与技术裹挟下的异化轨迹，而由此引发的审美异化问题已成为当代文化研究不可回避的理论课题。

一、消费赋能与技术赋权语境下的审美异化症候

在消费主义与技术崇拜的时代，尽管艺术借此获得了蓬勃发展，但毋庸讳言，艺术的审美价值也随之呈现出被商业价值遮蔽与被数字技术褫夺的异化景观，尤其是那些与资本和技术密切相关的新媒介艺术更是如此。当商业电影票房前 10 名均采用工业化特效流程，当网络文学年度付费阅读规模逐年攀升，当短视频日渐占据多数人的休闲时间，传统审美所强调的“超越”“静观”“人文精神”逐渐被“功利”“即时”“感官刺激”所取代，当代审美异化症候亦日益凸显。

（一）商业电影审美价值的迷失

1. 票房崇拜对人文关怀的消解。数字资本主义时代，一切事物都被纳入消费体系，电影也不例外。投资回报率成为悬在每个电影人头顶的达摩克利斯之剑，迫使创作团队从立项之初就必须步步精确计算“票房”。不仅制作方如此，发行方和影院也将目光聚焦于票房数据，由此逐渐形成了“票房崇拜”的评价体系。随着互联网和社交媒体的发展，票房数据加速传播、实时更新，不断刺激着公众的神经，进一步强化了人们对票房的关注和追逐。票房数字被无限放大，成为电影的“生命线”，票房在众人的合力下异化为衡量电影价值的唯一标尺。这种畸形的崇拜，使得电影艺术

中至关重要的人文关怀属性被逐渐消解，电影沦为资本增殖与资本运作的工具，丧失了其作为精神文化产品应有的深度与温度。当然，不可否认的是，电影自诞生以来就始终在商业诉求与艺术表达之间寻找平衡点，偶有“叫座又叫好”的电影也并不奇怪。

2. 技术奇观对叙事深度的取代。为了追求观影率，各种商业大片往往将视觉效果作为首要追求，通过电影特效、虚拟现实、数字动画等技术，打造出震撼的视听体验。技术奇观正在逐渐取代叙事深度，使作品陷入“重感官刺激，轻思想表达”的困境。这一方面体现在艺术创作重心的转移上。如今许多创作者将大量精力投入到技术特效的堆砌中，认为只要有足够炫酷的画面、震撼的音效，就能吸引观众。这种创作理念的转变，导致其作品的叙事变得单薄、碎片化，人物沦为推动视觉奇观的工具，主题表达流于表面，难以引发观众深层次的情感共鸣与理性思考。另一方面则体现在大众审美习惯被悄然改变上。技术奇观通过强烈的视觉与听觉冲击，提供了一种即时愉悦的“快餐式”审美体验；与此同时，观众对深度叙事的耐心与需求不断降低，逐渐形成了一种“浅观看”的审美惰性。这种审美习惯的转变，又进一步加剧了叙事深度在电影作品中的缺失。

3. 类型生产对艺术个性的压制。为了保证票房与上座率，类型电影生产已然成为市场的主流，它通过对特定题材、叙事模式、视觉风格等元素的标准化与程式化构建，满足观众的期待与需求，迎合大众的审美惯性，实现商业利益的最大化。类型电影的创作如同戴着镣铐跳舞，创作者必须在既定的类型框架内进行创作，创作法则被细化为具体的参数指标。比如，惊悚片需要保证每十分钟出现一次视觉冲击，喜剧片必须维持特定的笑点密度，等等。这种僵化的叙事模式，束缚了创作者的想象力与创造力，观众在观影过程中，也容易产生审美疲劳。类型电影表面看似形式丰富多样，但其背后是创意的同质化。审美创新被简化为类型元素的排列组合，既阻碍了创作者艺术个性的表达，也不利于电影艺术的健康发展。

（二）网络文学审美价值的迷惑

1. 付费机制对文学特质的侵蚀。付费机制虽然为网络文学的发展提供了经济支撑，但其对文

学价值的侵蚀也令人担忧。从创作导向看,在作者身上发生了从艺术追求到商业迎合的蜕变。为了吸引读者持续付费,作者往往会频繁设置悬念与冲突、采用套路化的情节设计,刺激读者的阅读欲望,引导读者持续付费。同时,为了在打赏互动中迎合读者,其往往改变作品的构思,使得作品的艺术完整性、创新性、文学性因此大打折扣。从阅读体验看,在读者身上发生了从深度沉浸到碎片化消遣的转化。读者为了控制阅读成本,往往不会一次性购买整部作品,而是按章节付费,这使得其阅读呈现出明显的碎片化特征。从行业生态看,网络文学正经历着从多元发展到同质化竞争的演变。从评价标准看,网络文学的优劣更多地以点击量、订阅数、打赏额等单一化商业数据作为评判标准,其不可避免地破坏了文学评价的系统性。

2. 爽文逻辑对审美升华的阻碍。为了追求阅读量,“爽文”凭借其独特的叙事逻辑与阅读体验,成为网络文学市场中占据主导地位的创作类型。从本质上来说,爽文通过快速满足读者的情感需求与心理期待,为读者提供即时性的愉悦体验。然而,这种以快感为核心的创作逻辑,在不断迎合市场与读者的过程中,逐渐形成了一套人物形象高度类型化与扁平化、情节推进以密集的冲突与高潮不断刺激读者神经的程式化叙事框架。同时,快餐式阅读的反馈机制,进一步强化了爽文逻辑的盛行。读者在阅读爽文后,往往更关注情节是否够“爽”。其“过分离奇的情节夺人耳目,以至于真正的主题可能陷落在眼花缭乱之中”^[4]。作者为了迎合读者“爽阅读”的需求,不断强化爽文逻辑,创作更多符合读者口味的类似作品。如此,形成了一种恶性循环。在这样的环境中,审美升华的土壤被严重侵蚀。

3. 数据算法对创作灵感的支配。为了保证付费率,数据算法已成为网络文学领域的“隐形推手”。从题材推荐、热度预测到读者偏好分析,算法通过对海量数据的抓取与处理,构建起一套看似科学的创作指引体系。算法生成的“热门题材榜单”成为创作指南,引导作者选择热门题材进行创作。算法不仅影响选题,还对作品的情节设计进行量化操控。通过分析读者在不同情节段落的停留时长、付费转化率等数据,算法能够精准定位“强

吸引力”的情节模式。作者则按照算法总结出的“模式”去设计情节,进行“审美投喂”。这种量化操控,使得创作灵感被简化为数据模型下的标准组件,文学作品的情节发展不再遵循艺术规律与情感逻辑,而是沦为数据驱动的“流水线产品”。当这一切被量化操控后,作家的艺术直觉被冰冷的流量数据所取代,其创作灵感在程式化的情节设计中被不断消解。

(三) 视频短剧审美价值的迷乱

1. 碎片化叙事对艺术完整性的解构。在短视频浪潮席卷娱乐市场的当下,视频短剧以其短小精悍、节奏紧凑的碎片化叙事方式,成为大众获取即时娱乐的“新宠”。视频短剧的碎片化叙事以“短”为核心特征,单集时长通常在1~5分钟,为在有限时间内抓住观众注意力,其快速制造戏剧冲突与悬念,故事的起承转合被拆解成一个个独立的片段,情节与情节之间缺乏必要的过渡与铺垫。这种跳跃式、断裂式的情节编排,使得故事丧失了内在的连贯性、逻辑性与完整性。正如有论者所言:“如今艺术整体性的可能性大概不复存在了。”^[5]在视频短剧的碎片化叙事中,受时长限制,人物塑造往往呈现出扁平化、标签化的特点。这种扁平化的人物形象破坏了人物形象应有的丰富性与立体性,无法引发观众深层次的情感共鸣,严重稀释了作品的思想深度与价值内涵。

2. 感官刺激对审美静观的驱逐。为了在极短时间内抓住观众注意力,视频短剧常采用极具冲击力的视觉呈现方式,如快速切换的镜头、特效炫目的画面、搭配夸张的色彩、直击欲望的痛点等。如此,观众的注意力被切片化的视觉元素不断分散,难以对画面进行细致观察与深入品味。这种“视觉盛宴”式的表现手法,虽然能在瞬间引发观众的视觉兴奋,却也消解了审美静观所需的专注与沉浸。视频短剧为制造强烈的感官刺激,在情节设计上追求“快、狠、奇”。这种情节速食化的创作方式,使得观众在观看过程中大脑被快速推进的情节不断填充,始终处于紧张刺激的情绪状态,无暇深入思考与回味,难以静下心来感受作品的艺术匠心。

3. 流量逻辑对艺术真诚的扼杀。在平台经济主导市场的当下,流量已然成为衡量视频短剧成败的核心指标。播放量、点赞数、转发量等数据不

仅决定着作品的曝光度，更直接关联着创作者的经济收益与行业地位。为了吸引眼球，创作者往往会刻意制造争议话题、蹭热点事件，盲目跟风热门题材，复制成功创作模式，使得市场上充斥着大量的低质化、同质化作品。这种从艺术表达转向流量追逐的创作趋势，令创作者丧失了对艺术的敬畏之心，也令作品失去了应有的“灵光”^[6]。此外，流量逻辑还催生了“数据化”的内容生产方式。通过分析用户数据，总结出能够吸引流量的“爆款公式”，创作者“按图索骥”地进行创作。这种缺乏灵魂的异化创作方式使得视频短剧逐渐背离了艺术创作的本质，失去了艺术创作应有的真诚。

二、消费赋能与技术赋权语境下的审美异化根由

如上所述，在消费与技术的双轮驱动下，当代社会的审美实践正经历着深刻的异化过程。消费赋能通过资本逻辑将审美经验转化为符号化商品，使主体在“欲望生产—满足”的循环中逐渐丧失批判性审美能力；技术赋权则以算法推荐等手段重构感知范式，导致审美活动陷入数据化的技术框架。溯源这一现象，需考察现代性进程中工具理性对价值理性的殖民，以及数字资本主义如何通过“审美外包”机制将感官享受纳入再生产体系，最终使审美主体从意义的创造者沦为“消费—技术复合体”的规训对象。

（一）技术崇拜与审美异化

1. 工具理性对价值理性的僭越。工具理性凭借其高效、精准的计算逻辑与可操作性，逐渐渗透至人类生活的各个领域，其核心特征是将复杂事物进行量化分析与标准化处理，这一特质，在审美领域体现为审美标准的异化。在当下的文艺评价体系中，流量数据、商业收益、市场占有率等量化指标逐渐取代了对作品思想深度、艺术创新、情感共鸣等价值理性维度的考量。当价值理性被工具理性驱逐时，审美不再是对作品内在精神价值的探索与感悟，而是异化为对数据指标的追逐，作品沦为商品，创作成为生产，艺术的真诚与温度在功利化的浪潮中逐渐消逝。在工具理性的影响下，审美接受过程也发生了异化。“在这个理性的地球上，已经不再需要审美的反思了”^[7]，“技

术统治文化未能给灵魂找到一个清晰的位置”^{[8]28}。随之而来的是，观众的审美能力逐渐退化，审美趣味日益低俗化，整个社会的审美生态也遭到破坏。当审美创作被算法技术所操控，当审美接受变得被动化，价值理性在审美过程中的作用自然被消解。

2. 媒介特性对审美感知的重塑。数字技术使互联网平台、移动终端等新媒介的传播方式、呈现形式与交互特性不断革新。如此，媒介不再仅仅是承载艺术内容的载体，其自身特性开始深度介入审美活动，在提升传播效率与受众参与度的同时，不仅改变审美的形式，更悄然重塑着大众的感知模式。以短视频平台为例，用户可以随时随地刷到各类视频短剧、网络文学片段解读等内容，其无需投入大量时间与精力，便能快速获得审美感知。短视频平台滑动切换的交互方式，塑造了独特的“指尖审美”习惯：观众通过手指滑动快速切换内容，形成碎片化、跳跃式的审美感知模式。这种快速切换模式使得创作者的创作为吸引观众不断走向浅表化、碎片化与功利化。当审美感知被媒介特性所左右时，艺术作品的审美价值与精神内涵面临被消解的危机。

3. 虚拟实在对审美真实的遮蔽。当今，虚拟现实（VR）、增强现实（AR）、元宇宙等技术构建的虚拟现实正在逐渐渗透进我们的生活，“计算机技术加强了技术垄断”^{[8]67}，审美领域正经历着前所未有的嬗变。虚拟实在凭借其高度仿真的场景构建、自由定制的交互体验与无限延伸的想象空间，为审美活动带来了新的可能。然而，在这股技术浪潮中，审美真实性却面临着被消解的危机。虚拟实在构建的审美对象都建立在代码与数据的基础之上，具有天然的虚幻性。这种虚幻的审美对象，本质上是技术合成的产物，其缺乏真实的生命体验与情感内核，使得审美活动失去了扎根于现实的根基。尽管虚拟技术一定程度上可让用户获得沉浸式的审美体验，但也使得其真实感被技术营造的虚拟表象所掩盖，使得审美活动逐渐沦为对虚幻影像的追逐。在沉浸状态下，用户的注意力被虚拟环境中的光影变化、声音效果与交互反馈所吸引，其深度思考与情感共鸣的审美过程被简化为浅表的感官刺激体验，这让审美逐渐走向了异化。

(二) 娱乐至上与审美消解

1. 娱乐化转向的边界剥夺。在数字资本主义全面渗透文化生产的今天,从影视、文学到艺术创作,正经历着深刻的娱乐化转向,以致“我们成了一个娱乐至死的物种”^[9]。娱乐化转向的核心机制在于,为了追求利润最大化,将一切经验转化为可消费的符号,这其实是“一种没有文字的意识形态”^{[9]188}。这种娱乐化转向一方面使得艺术与日常生活、创作者与受众的边界走向消融,另一方面还导致了三个维度的边界剥夺:其一,剥夺审美边界,其既造成了审美标准的泛化与模糊,又造成了审美体验的浅表化,使得“一切神圣的东西都被亵渎了”^[10];其二,剥夺文化边界,导致高雅与通俗、传统与现代之间的界限消弭;其三,剥夺创作边界,既使得创作目的功利化,又使得创作内容低俗化与同质化。“边界剥夺”在此不仅指涉不同领域间藩篱的倒塌,更暗示着一种更为隐蔽的暴力——当一切都被娱乐逻辑殖民时,严肃思考、复杂情感与超越性追求便失去了其赖以存在的结构性空间。

2. 后现代主义的解构逻辑。后现代主义以其对传统权威的质疑、对宏大叙事的消解以及对多元性的推崇,为娱乐至上的盛行提供了理论土壤;反之,娱乐至上又以轻松戏谑的方式,将后现代主义的解构逻辑渗透到社会生活的方方面面,二者相互交织,共同构筑起独特的当代文化景观。“娱乐至上”已不再仅仅是一种文化消费偏好,而是演变成为一种深刻的解构力量,重塑了当代社会的文化秩序与价值体系。后现代主义推崇的多元性与碎片化,也与娱乐至上的发展高度契合。在信息爆炸的时代,人们的生活节奏日益加快,娱乐内容的碎片化特征恰好适应了这种特征。短视频、网络段子、综艺片段等以碎片化的形式迅速传播,“对过渡的、飞逝的、短暂的事物”^[11]给予过高评价,使得“生存的本质将被‘化’为没有重量的存在”^[12]。过度的娱乐化和解构,导致人们沉浸在表面的娱乐快感中,逐渐丧失对严肃问题的思考能力和对精神价值的追求动力。

3. 注意力经济的逻辑支配。在数字化时代浪潮的席卷下,“娱乐至上”已不仅仅是文化消费领域的表面现象,其背后是注意力经济的强大逻辑在发挥支配作用。注意力经济将人类的注意力视

为稀缺资源。在信息爆炸导致注意力分散的背景下,一切都“被时间化了”^[13]，“娱乐”已从文化选项蜕变为资本捕获注意力的终极诱饵,其最终目标是完成注意力向经济价值的转化。为在激烈的竞争中抢夺用户的注意力,娱乐内容生产者往往追求极致的感官刺激与情绪宣泄。娱乐至上还使得人们的时间和精力过度消耗在娱乐活动中,导致人们阅读经典书籍、进行深度思考的时间减少,思维能力和文化素养逐渐下降,整个社会的文化氛围也因此变得浮躁浅薄。从更深层次来看,注意力经济对娱乐至上的支配,还反映出当代社会价值取向的变化。在这种逻辑下,流量、热度、关注度成为衡量艺术的重要标准,而艺术品质、思想内涵、文化价值等传统标准则被边缘化。

(三) 主体缺位与审美缺失

1. 消费主义对审美主体的异化。在当代消费社会的宏大舞台上,主体异化现象犹如幽灵般悄然蔓延,其背后隐藏着一个令人不安的真相:作为消费主体的“消费者”和作为生产主体的“生产者”正在经历着双重异化的过程。从生产者角度来看,工业化与数字化的发展使生产过程日益标准化、精细化的同时,也导致生产者与劳动成果的异化。这种“异化劳动”^[14]使得生产者逐渐失去对劳动的自主性与掌控权,其主体价值被简化为生产效率与经济价值的附庸。消费者的异化同样深刻而隐蔽。在消费社会中,商品早已超越其使用价值,成为身份象征与符号消费的载体。消费者购买商品不再是为了满足实际需求,而是为了获取符号背后的虚荣与认同,“过着装腔作势的替代性生活”^[15]。其在追逐符号消费游戏中构建的虚幻的自我身份,实际上“是一种自我欺骗”^[16]。也就是说,“主体陷入了一个虚假的、差异性的、被符号化、体系化了的物之中”^{[17]105-106}。这使得审美活动沦为满足虚荣与社会比较的工具,在更深层次上,其进一步导致了社会关系的扭曲与主体意识的削弱。

2. 媒介技术对审美主体的解构。媒介技术的飞速发展深刻改变了审美活动的方式与形态,使得“言说主体死亡,仿佛是理解我们所处的这个时代的关键所在”^[18]。互联网与社交媒体的普及,使审美信息的传播呈现出碎片化、即时性的特点。短视频、网络直播等新兴媒介形式,以快速的画

面切换、强烈的感官刺激吸引观众注意力，给观众以纯形式的快感，但这种快感只有“在其自身的自由的综合中”^[19]，才能建构起真正的审美体验。换言之，只有主体参与建构，才会获得美感。在社交媒体、短视频平台和算法推荐系统的统治下，审美经验不再是主体主动探索的结果，而是被技术逻辑预先设定的消费行为。平台根据用户的浏览历史和兴趣偏好，推送符合其口味的内容，导致审美主体接触的信息趋于单一化。用户看似在自由浏览，实则被囚禁在算法编织的信息茧房内。这种信息的同质化，进一步限制了审美主体的视野，使其失去了与多元审美对象接触和交流的机会。如此，审美主体的开放性与包容性逐渐丧失，其沦为被算法操控的“数据个体”，“意识越来越缺少自主性”^[20]。

3. 大众文化对审美主体的规训。大众文化产品往往具有标准化、模式化的特征，其通过重复的叙事套路、固定的角色形象和相似的审美风格，塑造出统一的审美范式，引导审美主体按照既定的模式进行审美；“它导致放松，因为它是有熟套的，被预先消化过的”^[21]。大众文化以其强大的传播力和影响力，对审美主体进行着潜移默化的规训，“具有限制人心的作用”^[22]。在这种规训下，审美主体的个性化表达受到压制，人们在欣赏和创作过程中，不自觉地遵循大众文化所设定的规则，害怕因与众不同而被排斥，审美活动变得趋同。艺术不再挑战观众的认知边界，而是不断迎合已有的偏好；艺术不再是解放的力量，而是巩固现有秩序的驯化工具。这种异化导致审美主体的独特性与创造性被淹没在大众文化的洪流之中，其审美判断力与创造力也逐渐衰退，难以形成独特的审美视角和审美趣味，“似乎已经变得不可能获得我们自己当下经验的审美表现”^[23]。

三、消费赋能与技术赋权语境下的审美救赎路径

在消费赋能与技术赋权的双重语境下，艺术正经历着从创作范式到传播机制的系统性变革。技术迭代带来的生产效率提升，伴随着审美深度的扁平化；消费主义驱动的市场繁荣，隐含着艺术自律性的消解。这使得艺术既享受着技术进步的赋能红利，又承受着商业逻辑的规训压力，更面

临着本体论层面的存在危机。消费与技术合力导致审美价值祛魅、主体意识消解与审美生态失序。在此，我们不得不追问：艺术还能实现审美救赎吗？路在何方？

（一）价值维度的重构：审美救赎的哲学根基

1. 超越消费符号的价值祛魅。当代社会已进入“符号政治经济学”^{[17][40]}时代，超越消费符号的价值祛魅，成为当代审美救赎的关键命题。超越消费符号的价值祛魅，并非否定消费本身，而是要在承认物质基础的前提下，打破消费符号对审美的垄断，重新激活审美活动的精神内核，回归审美本质。这一过程不仅是对消费主义逻辑的反抗，更是对人类精神价值的重新寻回。价值祛魅要求我们以批判性的眼光审视消费符号的运作逻辑，艺术创作应摆脱对印数、票房、流量、收视率、点击率、打赏额等市场元素的盲目迎合，回归对艺术本体的探索。真正的艺术必须在形式自律与社会异化之间保持张力，表现出对“可消费性”的适度拒绝、对诗意语言的有意探寻、对存在真理的努力显现。当我们在消费符号的迷宫中重获这种表现能力时，价值才可能获得重构。

2. 摆脱技术理性的价值遮蔽。从哲学上看，技术并非只是工具与手段，更是一种揭示存在的方式，我们“必须警惕数字化的生存方式”^[24]。现代技术的极端发展，使得存在的丰富性与多样性被单一的“可计算性”取代，导致存在的意义被遮蔽。摆脱技术理性的遮蔽，需从三个层面进行深刻反思，重寻被遮蔽的价值本质。首先，关键在于重新审视技术与存在的关系，让技术回归到辅助人类揭示存在意义的工具角色，而非成为统治人类的力量。换言之，“就是纠正理性过度畸形发展所造成的人性失衡”^[25]。在审美领域，这意味着我们要超越技术理性的单一思维模式，以更加开放、包容的态度看待审美活动，尊重审美价值的多元性与独特性。其次，需要恢复审美活动的超越性，确保艺术作品不只是满足技术理性要求、迎合大众消费需求的商品，更应成为批判现实、启迪思考、追求理想的载体。最后，要恢复个体的自由意志与主观能动性，鼓励个体在审美活动中保持独立思考，这本质上是对人类主体性的重新确立。

3. 召唤人文精神的价值复位。在现代性的迷

雾中,人类社会正经历着前所未有的价值演化——科学理性驱逐了神秘,计算思维消解了诗意,效率原则碾压了沉思。在这样的祛魅废墟上,人文精神的价值复位本质上是一种“复魅”的尝试——不是回归前现代的神秘主义,而是要在理性主义的铁板中重新发现那些不可计算、不可量化的价值维度。在算法越来越精准地预测人类行为的今天,文学守护的那些无法被量化的情感、那些拒绝被工具化的瞬间,恰恰构成了抵抗价值扁平化的重要凭依。在点击率和转化率的数字暴政面前,在价值解体的废墟上,我们要进行精神的复归与重建。它将重新定义什么是创造、什么是思考、什么是情感——所有这些曾经被认为是人类专属的领域,现在都需要在与“非人类”的机器对话中被重新思考;这是一种能够与智能机器共处又不丧失人之为人的特质的新型人文主义。机器产品只有反映了人类的精神,才能被称为是名副其实的艺术品^[26]。

(二) 审美主体的觉醒: 审美体验的主动建构

1. 生产者的反算法自觉。在“任何人都能搜索、复制、操控、添加和传输信息”^[27]的数字时代,生产者的反算法自觉是人类主体意识觉醒的重要体现,它彰显了人类在面对技术异化时的反抗精神与自我救赎能力,但真正的觉醒或许不在于完全逃离算法(这几乎不可能),而在于在算法的夹缝中寻找自由。创作者应树立“技术为艺术服务”的理念,既不向算法彻底投降,也不作乌托邦式的逃离,而是与算法形成一种辩证的共存关系:既利用算法的传播力,又保持对它的批判距离;既承认算法的影响,又不让它决定审美的终极价值。我们应鼓励跨媒介、跨学科的艺术创作,以打破技术理性带来的审美单一化,促进审美创新;我们应激励审美主体在与算法的博弈中找到新的平衡,以恢复审美生产的自主性与创造力。审美主体的觉醒与反算法自觉不仅是对算法异化的反抗,更是对审美本质与人类主体价值的坚守与回归。

2. 消费者的批判性审美。消费者要摆脱消费文化与技术理性双重规训下的“审美傀儡”角色,就必须觉醒批判性意识。当然,进行批判性审美需要一定的教育背景和文化积累,并非所有读者都拥有这种能力。因此,要针对消费逻辑与数字技术对审美生态的影响加强审美教育,引导消费

者辨别网络文化中的审美优劣。我们既要培养对新技术的审美适应能力,又要保持对技术异化的批判意识,还要鼓励个体在超越物质欲望的满足中寻求精神的自由与升华。只有通过“批判性”审美能力培养,才能在高度规训的接受环境中,产生一种新型的消费者——他们通过批判性阅读策略、跨算法社群交流、反数据化鉴赏等方式,重构自身作为审美主体的能动性。当个体在审美活动中恢复自由精神与批判意识,能自觉辨别并抵制算法“适应性收编”所带来的新欺骗时,人类的主体性才能在审美领域中重新得以彰显,审美活动才能成为个体实现自我、追求价值的重要途径。

3. 主体间的交互性重建。“主体间性”^[28]理论揭示,审美活动本质上是主体间的交互过程,主体间的交互性是艺术生命力的源泉。在日益碎片化、数字化的当代社会,我们比任何时候都更需要真实的交互性重建。数字媒介使主体间性转变为数据化的间接交互,这种转变带来了两个关键问题:其一,当主体间的互动被简化为数据交换时,审美经验的丰富性是否被削弱?其二,算法作为“技术”的介入,如何改变了主体间性的传统结构?在数字审美活动中,虽然物理身体的直接互动被消解,但用户通过评论、转发、二次创作等数字实践,形成了新型的“数字身体间性”;这种间性建立在数据流动和符号交换的基础上。当代审美主体间性的重建需要从三个维度展开:首先是要培养批判性交互意识,在数据化交互中保持反思精神;其次是要创新参与式审美实践方式,从单向接受转变为多向参与;最后是要建构跨主体审美经验,通过主体间的平等对话重建意义世界与价值共识。

(三) 审美生态的革新: 多元共生的文化建构

1. 构建分层化的审美“场域”。在审美领域,不同阶层基于文化资本、经济资本的差异,形成各自的审美习惯与趣味,不同群体间形成相对独立又相互关联的审美空间,这就需要我们把握好“区分的辩证法”^[29]。构建分层化的审美“场域”是审美生态适应时代发展的必然选择,也是审美体系自我救赎的重要路径。从审美主体层面看,它赋予不同群体自主表达审美诉求的权利,使得个体无需再迎合单一的审美标准,而是能够在适

合自己的审美“场域”中找到归属感与认同感，从而激发审美创造力与主体性；从文化发展角度看，它促进了文化的多样性与创新性；从社会层面看，它有助于缓解文化冲突，避免因审美观念分歧引发文化对立，促进社会和谐。分层化审美“场域”可从三个维度来构建：首先是通过制度层面的区隔，建立差异化的传播渠道，完善分级推荐机制，改革评价体系；其次是通过实践层面的创新，发展“慢审美”实践；最后是通过教育层面的介入，利用经典阅读和艺术教育，重建审美判断力。

2. 推动跨媒介的审美融合。5G 技术催生了图像、声音、文字交融的数字重组时代。正如有论者所言，“一旦确认现代技术的统治地位，无论是思想立场还是生活姿态，都得有一个根本性的转换”^[30]。在这样的背景下，通过整合不同媒介的优势，构建更具活力与适应性的审美生态体系成为必然趋势。实现跨媒介审美融合，需要创作者具备跨媒介的思维与创新能力：一方面，要深入理解不同媒介的特性与优势，找到它们之间的契合点；另一方面，要敢于突破传统创作模式，尝试新的艺术表达形式。需要指出的是，跨媒介审美生态应保持三个维度的平衡：一是技术创新与人文价值进行对话，二是媒介融合与本体特性之间保持张力，三是大众参与与专业标准相互协调。推动跨媒介审美融合，并不意味着我们应该不加批判地拥抱所有形式的媒介杂交，我们需要找到一条辩证的批判路径：既热情探索跨媒介创造带来的感知革命和民主潜力，又高度警惕资本与技术权力对审美自主性的侵蚀。

3. 建立可持续的生产机制。建立可持续的生产机制是应对当代审美生态危机、实现审美多样性与文化长远发展的应有举措。可持续生产机制的构建可从以下几方面入手：在资源管理方面，建立科学的资源评估与保护体系；在生产模式创新上，倡导多元化与协同化的发展路径，完善创作者支持系统；重构价值评估体系，建立多元化的评价标准；创新收益模式，完善市场的价值兑现渠道；实现技术工具的中性化，建立去中心化的内容存储与分发系统，探索区块链技术在版权保护中的应用。艺术生产的可持续转型承载着比表面所见更深刻的文化使命——它不仅关于如何制造艺术品的实践革新，更是关于如何重新想象

人类在地球上存在方式的美学实验。在这一过程中，艺术或许能超越其传统边界，成为连接生态、社会与文化的实践纽带。然而，这一愿景的实现必须警惕可持续性沦为另一种美学修辞，而非实质性的变革。

总之，“艺术是人类的一种正常的和必需的行为……应该在每个人身上得到认识、鼓励和发展”^[31]。站在人类文明发展的高度，审美异化的克服不仅关乎艺术的命运，更关乎人性的完整。在技术狂飙与消费狂欢的时代，唯有守护审美之光，才能避免人类精神沦为技术与资本的附庸，才能在数字荒原中构建精神的家园。这既是美学研究的理论使命，也是文化建设的实践目标，更是人类文明走向未来的必由之路。

参考文献：

- [1] 让·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, 2014: 40.
- [2] 弗兰克·英特. 消费文化: 20 世纪后期英国男性气质和社会空间 [M]. 余宁平, 译. 南京: 南京大学出版社, 2001: 3.
- [3] 克里斯蒂安妮·保罗. 数字艺术: 数字技术与艺术观念的探索 [M]. 李镇, 彦风, 译. 3 版. 北京: 机械工业出版社, 2021: 7.
- [4] 南帆. 手机时代的艺术生产与消费 [M]. 济南: 山东文艺出版社, 2024: 57.
- [5] 沃纳·霍夫曼. 现代艺术的激变 [M]. 薛华, 译. 桂林: 广西师范大学出版社, 2002: 210.
- [6] 瓦尔特·本雅明. 迎向灵光消逝的年代: 本雅明论艺术 [M]. 许绮玲, 林志明, 译. 桂林: 广西师范大学出版社, 2004: 61.
- [7] 马克斯·霍克海默, 西奥多·阿道尔诺. 启蒙辩证法: 哲学片段 [M]. 渠敬东, 曹卫东, 译. 上海: 上海世纪出版集团, 2006: 234.
- [8] 尼尔·波斯曼. 技术垄断: 文化向技术投降 [M]. 何道宽, 译. 北京: 北京大学出版社, 2007.
- [9] 尼尔·波兹曼. 娱乐至死 [M]. 章艳, 译. 北京: 中信出版社, 2015.
- [10] 中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局. 马克思恩格斯选集: 第 1 卷 [M]. 3 版. 北京: 人民出版社, 2012: 403.
- [11] 戴维·弗里斯比. 现代性的碎片: 齐美尔、克拉考尔和本雅明作品中的现代性理论 [M]. 卢晖临, 周怡, 李林艳, 译. 北京: 商务印书馆, 2003: 37.
- [12] 杨守森, 孙书文, 李辉. 数字化时代与文学艺术 [M]. 济南: 齐鲁书社, 2010: 182.

- [13] 彼得·奥斯本.时间的政治:现代性与先锋[M].王志宏,译.北京:商务印书馆,2004:90.
- [14] 马克思,中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局.1844年经济学哲学手稿[M].3版.北京:人民出版社,2000:56.
- [15] 齐格蒙特·鲍曼.现代性与矛盾性[M].邵迎生,译.北京:商务印书馆,2003:138.
- [16] 马歇尔·伯曼.一切坚固的东西都烟消云散了:现代性体验[M].徐大建,张辑,译.北京:商务印书馆,2003:117.
- [17] 让·鲍德里亚.符号政治经济学批判[M].夏莹,译.南京:南京大学出版社,2015.
- [18] 彼得·毕尔格.主体的退隐[M].陈良梅,夏清,译.南京:南京大学出版社,2004:4.
- [19] 赫伯特·马尔库塞.审美之维[M].李小兵,译.桂林:广西师范大学出版社,2001:46.
- [20] 赫伯特·马尔库塞.爱欲与文明[M].黄勇,薛民,译.上海:上海译文出版社,1987:73.
- [21] 马泰·卡林内斯库.现代性的五副面孔:现代主义、先锋派、颓废、媚俗主义、后现代主义[M].顾爱彬,李瑞华,译.北京:商务印书馆,2002:260.
- [22] 阿兰·斯威伍德.大众文化的神话[M].冯建三,译.北京:三联书店,2003:168.
- [23] 弗雷德里克·詹姆逊.文化转向[M].胡亚敏,译.北京:中国社会科学出版社,2000:9.
- [24] 徐岱.艺术新概念:消费时代的人文关怀[M].杭州:浙江大学出版社,2006:190.
- [25] 周宪.审美现代性批判[M].北京:商务印书馆,2005:163.
- [26] 刘易斯·芒福德.艺术与技术[M].任丛丛,译.南京:江苏凤凰美术出版社,2024:77.
- [27] 简·罗伯森,克雷格·迈克丹尼尔.当代艺术的主题:1980年以后的视觉艺术[M].匡骁,译.南京:江苏凤凰美术出版社,2012:43.
- [28] 于尔根·哈贝马斯.现代性的哲学话语[M].曹卫东,译.南京:译林出版社,2004:367.
- [29] 皮埃尔·布尔迪厄.艺术的法则:文学场的生成与结构[M].刘晖,译.北京:中央编译出版社,2011:92.
- [30] 孙周兴.技术统治[M].上海:上海人民出版社,2024:17.
- [31] 埃伦·迪萨纳亚克.审美的人[M].户晓辉,译.北京:商务印书馆,2004:312.

责任编辑:黄声波

.....

(上接第90页)

- [17] 王泽鉴.民法学说与判例研究:第四册[M].修订版.北京:中国政法大学出版社,2005:334-347.
- [18] 梁迎修.权利冲突的司法化解[J].法学研究,2014,36(2):68.
- [19] 钱玉林.禁止权利滥用的法理分析[J].现代法学,2002(1):55-61.
- [20] 法国民法典[M].罗结珍,译.北京:中国法制出版社,2002:215.
- [21] 瑞士民法典[M].戴永盛,译.北京:中国政法大学出版社,2016:202.
- [22] 葡萄牙民法典[M].唐晓晴,译.北京:北京大学出版社,2009:376.
- [23] 史尚宽.债法总论[M].北京:中国政法大学出版社,2000:464.
- [24] 戴东雄.继承法实例解说[M].台湾:三民书局,1999:196.
- [25] 马忆南.婚姻家庭继承法学[M].5版.北京:北京大学出版社,2023:268-269.
- [26] 殷树林,文马虹.我国立法语言中的模糊现象研究[J].湖南工业大学学报(社会科学版),2021,26(5):93.
- [27] 王利明.继承法修改的若干问题[J].社会科学战线,2013(7):173-183.
- [28] 最高人民法院民事审判第一庭.最高人民法院民法典继承编司法解释(一)理解与适用[M].北京:人民法院出版社,2022:320-321.
- [29] 朱庆育.民法总论[M].2版.北京:北京大学出版社,2016:521.
- [30] 林诚二.抛弃继承与侵害债权行为之再探讨[J].台湾本土法学杂志,2017(101):67.
- [31] 夏吟兰.婚姻家庭继承法[M].3版.北京:中国政法大学出版社,2021:233.
- [32] 孟德斯鸠.论法的精神:上[M].张雁深,译.北京:商务印书馆,2002:154.
- [33] 李宜琛.民法总则[M].胡骏,勘校.北京:中国方正出版社,2004:339.

责任编辑:徐海燕