

Doi:10.20063/j.cnki.CN37-1452/C.2025.04.008

青年数字社交的审美意象及实践引导

栾云镒^a, 李前进^{a,b}

南京师范大学 a.马克思主义学院;b.思想政治教育研究中心,南京 210023

摘要:审美是社会现象亦是文化现象。时下,人工智能、5G、大数据等技术的迅猛发展深刻改变了青年审美的价值理念,在审美观念、审美体验、审美过程中显现出群体性符号特质。当前青年审美具有三重动因,即身体意象的肌肉传导、消费主导的技术规训、社交参与的情感表达。涵养青年审美价值取向、审美意象:一是要以主流价值观为核心,塑造青年理性的审美心态;二是要关注青年精神生活空间,开发向上向善的精神审美资源;三是要以人的主体性为价值本真,引导青年进入超越的审美意境。

关键词:青年;数字社交;审美意象;审美引导

中图分类号:B83-0 **文献标志码:**A **文章编号:**1673-8039(2025)04-0053-08

中国网民规模达 10.79 亿人,互联网普及率达 76.4%(数据截至 2023 年 8 月)^[1],互联网社交媒体的异军突起为青年提供了审美的实践场域,构建出不同于传统的美学语境。作为数字网络的积极参与者,青年的社交行为和语言风格容易在极短时间内受到较大的影响,折射出当下的社会审美风潮。

审美动向变化的背后体现了青年为其审美旨趣辩护的感性诉求。青年对新鲜事物关注度高却尚未成熟,更易于陷于审美“信息茧房”困境。“国家的希望在青年,民族的未来在青年”^[2],因而,对青年人的心理发展状况进行探究有助于帮助青年人树立正确的人生观、价值观和道德观。本研究以理论与实证相结合,运用半结构性访谈法,选择国内主流的“小红书”“抖音”“知乎”“微博”等 App 作为研究观测平台,根据样本选择多样性原则,随机提取日均活跃度较高的 15 位青年作为研究对象(8 个为工作人员,7 个为在读学生,均作匿名化处理)。目前研究涉及 8 个不同省份(不包含港澳台地区),研究对象年龄在 19—26 岁之间。围绕本研究的核心问题,我们在访谈中着重了解其审美动机、审美体验及审美认知,力

图达到经验饱和,确保访谈结果具有代表性,从而为培育青年理性审美意识提供理论借鉴。

表 1 本研究访谈人员情况

序号	年龄(岁)	性别	身份	审美动因
N1	21	女	本科在读	外貌管理
N2	20	女	本科在读	自信建构
N3	22	男	自由职业	身材管理
N4	24	男	互联网从业者	恋爱导向
N5	26	女	博士在读	颜值保持
N6	25	男	博士在读	学术交流
N7	23	女	硕士在读	网红心态
N8	22	女	自媒体从业者	出镜需要
N9	19	女	本科在读	人际交往
N10	24	男	公司职员	职场沟通
N11	20	女	本科在读	恋爱交友
N12	26	男	公务员	健康保养
N13	25	女	私企从业者	时尚追逐
N14	25	男	新媒体编辑	缓解压力
N15	24	女	化妆师	职场适应

一、美学与审美:文献回溯与问题发生

青年审美话题引起学界热议,不同学者尝试分析社会深处动因,包括审美嬗变说、审美异化

收稿日期:2024-12-02

基金项目:江苏省习近平新时代中国特色社会主义思想研究中心重点项目“江苏促进人民精神生活共同富裕的机制构建及实施路径研究”(25ZXZA002);江苏高校哲学社会科学研究重大项目“社会主义核心价值观融入高校思政课研究”(2020SJZDA144)

作者简介:栾云镒(1996—),男,湖北武汉人,南京师范大学马克思主义学院博士研究生;李前进(1975—),男,江苏徐州人,法学博士,南京师范大学马克思主义学院教授、思想政治教育中心主任。

说、审美实践说、审美教育说等。审美研究有两个基本关涉面:审美内涵(什么是美)、审美标准(以何为美)。柏拉图在《会饮篇》中说,“美是永恒的,无始无终,不生不灭,不增不减的……它自存自在,是永恒的一,而其他一切美好的事物都是对它的分有”^{[3]254}。判断事物之美的关键在于形成对美的认识,休谟在《人性论》就认为,“美是一些部分的那样一个秩序和结构,它们由于我们天性的原始组织、或是由于习惯、或是由于爱好、适于使灵魂发生快乐和满意”^{[4]334}。康德强调审美的无利害性,指出强制则意味着不自由,美的愉悦是一种自由的愉悦,“鉴赏是通过不带任何利害的愉悦和不悦而对一个对象或一个表象方式作评判的能力。一个这样的愉悦的对象就叫做美”^{[5]45},一个人要进行真正的审美必须达到“自由心境”^①,认知主体对于感官的强制性和理性的利害关系的的外在强迫进行去除,这类似叔本华意义上的纯粹主体^{[6]125-126},使审美内涵获得哲学阐释。康德在《判断力批判》中探讨审美标准之“自然目的性”的必要性,指出自由感因人而生,在自然界中人是道德的最高目的,但这种目的是相对的、有条件的,自然界中的人无法获得无条件的目的,只能从自然以外的道德世界寻找,于是最高目的必然进入到社会的伦理层面。康德看到道德目的之追问无法获得,作为一种终极目的即超感性世界(自由世界)的基始,只可能接受、服从“绝对命令”的实践。康德对审美观发生的道德目的论的转向,成为其美学解释体系中的一部分。从自然目的到内在目的,从认识目的到道德目的,道德法则作为其世界观确立的最后关键,如同架起在感性世界和超感性世界之间的那座沟通的桥梁,实现了本体界和现象界的哲学过渡。审美是一种高度个性化的实践活动,虽然不同代际甚至同一年代不同群体的审美样态各有差异,但能肯定,审美直觉总是互相影响、相互磨合,青年中的一些审美方式悄悄融入前一代人的生活方式中^[7],对前辈进行能动的文化反哺。审美体验是对个体审美意识的直观反映,“是心灵和自然之间的循环往复,感觉与心智之间的交错互渗”^[8],与前辈不同,时下的青年个性化特质更为显著,对不同审美方式、审美趣味更为包容,有着“与世无争”“不予评论”“事不关己”的“疏离”“反叛”,审美意愿的自主性更强。从侧面折射出青年审美实践偏好:不在乎是否垄断审美话语,而在乎对于话语权的拥有,

在事实层面生成一种审美自信。“两代人变成了两个星球上的生物,同一种人也裂变成了各不相同的群体”^[9]从审美实践追溯到审美文化心理层面,可知数字媒介社会化发展带来文化心理层面的变迁,青年的文化生产与文化审美更偏向一种外在体验,在虚拟空间的情感宣泄往往成为对现实空间的文化心理补偿,以只言片语却习以为常的“碎片化”方式释放亚文化的审美狂欢^[10]。有学者认为,数字媒介化的社会体相表征为媒体形态之“新”与人口结构之“老”。从青年、中年到老年,呈现“数字原生代”“数字移民”“数字难民”的结构^[11]。休闲审美立足于人性的德性优化与审美境界提升^[12],其趋向帮助缓解青年思想焦虑,纾困现实纠葛。有学者认为,“从审美趋同到审美趋异,情感体验的群体性弱化,个体性加强,青年审美发生着人本化转变”^[13]。另有学者认为,青年审美实践中存在对功利主义的追捧、对个人主义的标榜、对消费主义的膜拜,在认知上产生对价值虚无的推崇以及对主流价值认同的迷茫^[14],甚至出现美丑不分、以丑为美的“审美异化”的现象,传播丑态、模仿丑态,在网络媒介扮演“审丑明星”的社会角色^[15]。还有学者指出,现实中存在部分青年羞于谈道德信仰,怯于表达理想追求,致使审美呈现社会主流文化与商业资本文化的张力。青年亚文化的异军突起从一个层面折射传统文化载体的缺损、文化断层、文化乱象等现实症结^[16]。也有学者认为,青年审美异化根源于精神生活的漠视淡然,对商业资本符号的盲目崇拜遮蔽了对高雅精神审美需要,加之西方后现代思潮的不断侵入致使青年审美的功利化,生活态度表现为观望性、迷茫性、纠结性,尽管意识到却难以挣脱。“时尚是表演,是以审美方式自我重叠、自我满足的社会性,是为了变化而变化的游戏”^{[17]130},当数字媒介与青年主体性建构合二为一,身体在场便成为最为突出的景观,在表象化情景中表现出对时尚风趣的追逐,以片段性叙述在时空交错中串联起无意义的情节。

梳理可知,主流审美的遮蔽与后现代价值相对主义设计有着密切相关性,表现为高雅性审美和世俗化、物质化审美的矛盾。正如有学者指出的,改革开放结束思想禁锢,“只此一地”和“只此

①“自由心境”一词来自席勒,但他的理解有别于康德。参见席勒的《审美教育书简》(译林出版社,2009年版,第65-67页)。

一次”两大特征赋予了青年社会心理嬗变,虽然没有复现“空前绝后”,但是也导致传统与现代之间的断裂^[18],社会变迁的文化心理成为审美价值体验的现实性反馈,在数字网络空间延续,青年对新鲜事物嗅觉灵敏却涉世不深,渴望了解却尚不成熟。还有学者从网红现象出发,寻找网红美学的成因,认为“青年追求精致并非对美的追求,而是处于停滞状态,在审美的拯救中把精致视为一种成就”^[19],生活中充斥的各种网红扮演美学的社会角色,激发青年人对美的想象,追求生活的网红化。青年对精致的追求其实是一种对美化和修饰的心理体验,精致在反复的模仿中内化为青年的审美品质,成为一种无意识的美学规训,是一种感官愉悦而非审美愉悦,是一种文化假象而非文化结晶。在精致美学的诱导下,物将人解放为物的拥有者,却失去了更长远的自由。越是追求这种精致,便越失去对自身欲求的理解,生命对美的体验被隐匿于这种物的美轮美奂之间。倘若一味忙于“美学”达成,将幸福视为这种成就,本身折射审美的稀缺,又印证审美的滥觞,说明审美的功利性和盲目性。在日益丰富的审美实践中,单纯追求风格精美,本身是一种不成熟的文化过渡现象^[20]^[34]。恢复蓬勃向上的青年审美文化秩序,对引导青年感知以何为美,以何品美具有重要意义。审美文化与美育是一体化的,美育的核心是审美能力的提升,审美是对美的道德追求的外化、现实化。数字交往重创青年数字交往形态,就说明当下的审美教育应着重放在对青年文化自信的培养过程中^[21]。这些探究从不同角度揭示出审美表象背后复杂的社会动因,为我们寻获青年审美轨迹合理地提供理论线索。

二、审美体征:审美赋值与符号意象

(一) 身体意象:青年审美的机能传导

身体是感性世界的始基,认识世界从认识身体开始。当审美以身体作为感性在场,便获得对世界的复杂感受性。社会交流对自我产生影响,人与他人在互动中对自我进行理解、塑造,更深刻认知自我,他者对我的评价使我们成为“镜中我”,赋予身体更多主体性含义。福柯认为,社会语言外在于主体,在思的意义上是内在的,人是思与非思的中介。人既不能在“我思”的直接性中被给出,也不能存在于不同向自我意识的“非思”,“非思在思之中,在思的周围”^[22]^[42]。符号消

费打破了人与自然原有的平衡,人身成为物身,沦为被消费被欣赏的对象。身体的具身性反映在情感、记忆等感性体验之中。在马克思看来,感性身体应该是对审美的追求,“美”不是外部施加给身体的,而是身体的本质创造。人作为感性的主体,人的自我实现应该是自身的对象化,建立在“感性需要”上的自我确证。人与他人的社会化互动使身体成为沟通外界的物质载体,对身体的“雕刻”成为青年审美力的感性表征。对于审美的期待表现为当下的立即享用。青年对美的感受受同辈压力影响较大,有着对目的的考虑,这样必然引导美的产生和体验具有功利性。看到同龄人保养得很好,则会下意识感知打扮的重要性。青年对审美的理解是“被建构的”认可,外在的视觉标识会对个体产生无形压力,审美也就趋于单一化,通过潜在的对比增强对审美的迎合。日常审美框架的理想体态对青年女性的自我认同产生极大影响,成为“道德是对人们之间距离的回答,距离保护人群”^[23]。社交媒体在一定意义上重新定义现实,比如关于青年女性“身体美”的内涵,过去,拥有高挑身材的女性往往被人们称赞,而肥胖很大程度上则会被污名化,造成视觉和价值双重层面的非理性。随着女性受教育程度、经济收入的提升,表现出审美偏好的独立性,以自身审美喜好重新审视外在体态。年轻的高知群体在日常生活的哲学实践中以自我价值为终极实现目标。他们对待自己身体和容貌的态度构成人的生存哲学方式,青年人自我认知的达成与自我认同感与他们的身体意象关系强烈,并从中获得一种文化赋值,和黄金身材比例、最佳体脂率、发型的光泽柔韧度等,身体管理越来越被程式化、高标准化。为了获得异性的好感度,青年努力将护肤、医美、健身、穿着视为日常生活的不可或缺的项目,从头到脚进行身体包装,形成一种生活习惯,并将这一过程视为美的传递和价值的创造过程。

(二) 消费主导:青年审美的技术规训

身体的符号意义与我们所处社会相互关联,身体符号来自身体与社会实践的互动。不同于传播学语境下的符号,身体符号大多数是非理性的,是消费社会中资本的附属品。诚然,身体符号所代表的意义不一定是真实的,可能代表某种地位、身份或者权力,在消费主义的推动下,成为社会地位的能指。数字资本所建构的审美形象成为一种商品符号广泛流传,为时代造就了铺天盖地的身

体镜像,又不断运用各种广告术语对身体符号进行释码和解码,强化了身体符号的社会所指,这一过程与葛兰西“生产—传播—认同”的符号消费逻辑相吻合:资本通过造星,使潜藏在商品中的符号意义无限放大,通过“品牌—名人”效应实现这种资本符号的生产与再生产。青年社交选择或隐或现有着技术逻辑的投射,被访者 N1、N8、N11、N15 就认为曾受过网络媒介的审美诱导,并难以完全从中摆脱。这说明青年被以“身体—技术”所构建的审美力创设的外在形象所影响,从而影响到身体形象的感知度,直至受困其中。当美丽、性感、成就与资本所需形象相吻合,似乎就传达给消费者理想身体的建构与前者呈正相关。这让青年先入为主地按照外在形象设定进行自我意识建构,致使饮食、健身等生活需要均服从于媒介技术创设的审美标准。“消费文化背景下,自我管理在变得日益紧迫的同时,也越发令人难以捉摸”^[24]²³¹。青年对容貌的管理形成以身体为中心的生活方式,“被凝视”的压力和社会的“共时性准则”成为青年人的一种处世哲学。再者,社交媒体通过“没有丑人,只有懒人”的宣传话语,实现身体审美与人格品质的相互表征,诱导青年通过身体消费整饰自我,使得身体特征显现符合消费社会的审美趋势。审美标准一定程度上是关于身体的“文化—资本”标准,受到“文化—资本”环境的塑造。资本的话语逻辑让青年感知先天的缺陷性,需要不断对自我身体进行改造,才会拥有社会资本。比如让他们在各大社交媒体上展示自己的好身材,通过身体景观化身为身体标签。福柯认为,“规训是全新的匿名治理权力控制下一种产生自动驯服的隐性奴役”^[25]¹³⁷,人们从未像今天这样对自己身体如此苛刻,一点缺陷都可能成为现代人痛苦的来源。“权力以网络的形式运作,在这个网上,个人不仅在流动,而且他们总是既处于服从的地位又同时运用权力”^[26]²⁸,资本正是利用青年的“身材焦虑”,进行身体驯化,但每一种规训手段并不是单独使用,而是技术的重组,从而达到效果的最大化:意识到控制的存在反而愈发挣脱不了背后隐匿的控制力,这也让每个人既塑造他人又被他人塑造,无论是“被锻炼”“被管理”“被定义”还是特定生活情境,“文化—资本”环境提供思考范式,随着医美行为、美妆行为、健身行为的习惯化,身体和容貌也被客观化,进一步被贴上评价性标签,构成“主体资本”的一

个原初符号。数字社交时代,这种身份的生产模式极大地改变了过去的传统审美样态,更多体现为社交网络的工具理性,将有用的审美观为最佳审美,将虚假审美视为正确审美。小红书、抖音、快手等社交软件会不定期在主页推送一些网红身材吸引青年观看,用户不由自主地被卷入到这种流量经济制造的虚假审美之中,产生对网红脸、精致美妆、肌肉型男的过分效仿、热衷和迷恋。算法善于从用户的行为取向中了解用户的心理需求,知道用户想要什么或者想看什么,让用户形成对审美的消费习惯。即便当人们对定向投送的内容产生审美疲劳,算法机制还会“强制性”推送,造成“主流审美”的假象。将人的天然审美完全置于社交媒体的“算法审美”之中,造成不同程度的审美异化。

(三)社交参与:青年审美的情感表达

实践是人的存在方式,人是实践的主体性的存在,“在生产中,人客体化,在消费中,物主体化”^[27]²⁶,人的自我认知总是随着实践的推进作出不断的调整。身体在实践中的固有表达性使其成为自我表达的核心,以至于足以成为现代性反思的一部分。人的日常行为表达需要身体表征,身体的外观成为自我的形象代理。人在身体审美实践活动中与外部世界产生双向互动,使得主我和客我产生发生语义上的交互,内心世界得到慰藉。社交场域为解释青年审美动机提供一个窗口,青年对身体的改造本身也是社交的自我导向,以自我的提升获取他人承认,这种社交回馈的最高等级便会产生一种群体文化认同,获得自我利益。休闲、恋爱、学习、工作不同情境折射出青年审美的复杂动因^[28]。准备恋爱或者正在恋爱的青年可能为提高异性的关注度下意识进行身体管理。进入职场前的青年为了获得强劲的竞争力,更注重身体管理,打扮得干练、稳重、成熟,以期从众多的竞争对手中脱颖而出。各种显性或者隐性的社会情境对青年的身体外观提出不同的要求,让其知晓如何熟练地在不同场合进行“体态切换”,掌握更多社交适应技巧,精通如何从“社恐”蜕变为“社牛”的时尚美学。身体外型不仅仅是人的自然属性,还包括后天综合努力所获得的一种气质,好的身体管理被许多人视为一个人内在品质以及努力程度的外化,反映了坚毅、勤奋、理性等正面的品质,这些品质往往是通向社会更高阶

层的必要条件,或者为其作身体上的铺垫。对身体的外观管理过程涉及青年对所处环境的反应,对未来社会处境产生较为清晰的认知,以及对自我所处社会处境的关注或者对社会的生存体会。长得帅的(美的)人给人的第一印象好,帅的人(美的人)更容易被原谅,致使一些青年将化妆视为一种生活态度,注重以皮肤的精致和外形的光鲜,用浓厚的粉底遮盖有瑕疵的肌肤,以便在社交实践中产生安全感。青年审美或出于某种特定目的来达到,但共同指向对外在的改变,以美的提升过程作为自我价值的提升。当青年在身体管理过程中获得周围的正向反馈,自我认同度就会得到增强。因此,身体的敏感性如同舆论作为社会的皮肤,对所处的时代方位作出应答,青年熟练运用的身体伦理,实质上是对社会变迁采取的应答手段,让自我意识的建构引起瞩目。当身体与社会紧密联系,就会实现对社会文化的传承和再塑,通过身体自我的生产完成社会气质的再生产。

三、审美提升:青年审美的引导进路

青年是时代的晴雨表,其言行举止是社会心态的直观映现。处于“两个变局”中的青年,在社交场域展现极高参与度,也反映其细腻的情感特质:敏感与期许、强烈与直观、趋同与层次、丰富与易变。“人是生而自由的,但却无往不在枷锁之中。”^[29]8 社交媒体平台中的优质审美旨趣不代表一味寻求个性张扬,或者作为感性的投射,以身体符号形式参与审美狂欢,享受虚拟的快感。当在非理性退潮后,更需向主流审美方向回归。

(一)以主流价值观为核心,塑造青年理性的审美心态

崇高的情感是一种仅仅间接产生的愉悦。社交平台弥散着泛娱乐主义以及另类审美的叙事格调,它们将一切审美与文化进行无差别化处理,戏说历史、瓦解崇高、消解宏大,这种情况带来诸多隐忧。信仰是人生的最高追求,负责引导个体在社会实践中以主流价值观处世。审美的泛在性致使青年在虚幻之境中追求短暂愉悦,留下的却是信仰的空乏。习近平总书记指出:“低俗不是通俗,欲望不代表希望,单纯感官娱乐不等于精神快乐。”^[30]10,因此培育青年主流审美旨趣离不开审美教育以及美学引导。为更便于适应新时代青年

审美诉求,要做到与时俱进利用数字化媒介手段,以青年乐于接受的方式传播主流审美内容,从内心筑起抵御美学虚无主义思潮的思想防线。主流电视媒体以高质量内容为基础,营造良好美学视听氛围,开发多维立体式、富有亲和力的审美节目,加强新技术手段的开发运用,创作优质向上的审美内容,帮助青年增进对正确审美价值观的理解和认同。数字网络媒介平台可以结合青年心理特点,在真人偶像剧以及真人秀等电视综艺节目中,发挥青春偶像对青年价值观的导向作用。由湖南卫视推出的《向往的生活》(第1—6季)给观众带来“自力更生、温情待客、完美生态、自给自足”的理想生活画面,让年轻人在面对生活压力、快节奏消费体验之余放下暂时的忙碌,切身感受劳动的审美旨趣,积极面对生活,让生活充满正能量,不为过多的物欲所左右。这档节目的高收视率正是较好把控了主流内容的生产,以高质量的审美品质为青年提供“审美干货”,提高了积极审美鉴赏力。近期《哪吒之魔童降世》以及《哪吒之魔童闹海》融合东方的独有美学元素,以“我命由我不由天”的反抗命运、突破自我与当下青年渴望主动掌控命运和不确定性的价值理念契合,真实细腻的美学角色让青年产生真切的情感共鸣。因此,应深度挖掘数字社交的时代元素,满足青年对优质“国风”“国漫”“国潮”的美学期待,以“两个结合”的方式引导青年感受中华优秀传统文化中的美学意蕴。同时,高校、图书馆、博物馆、高校社团组织、各类公益机构是增进青年社交审美的重要场所,可帮助青年产生对公共审美的认知,增强文化自信,增进民族自信,促成审美内化。中华优秀传统文化中蕴含大量的审美内容以及民族特色审美艺术。坚持审美自省,鉴赏不同的审美艺术表现形式,形成正确审美意识,走出圈层文化陷阱,以社会主义核心价值观为指导,加强监管尤其是对内容的把关、引导,避免同质化审美内容的推送,走出信息的堰塞湖。总之,当各种力量都在积极倡导主流审美价值观的时候,良好的审美文化品质最终会以润物无声的方式影响青年,养成宽和理性的审美心态。

(二)关注青年精神生活空间,开发向上向善的精神审美资源

人的自我呈现关涉人格魅力与情感感染力的培养,培育人的理性审美须从人的自身存在中寻求。培育青年理性审美需要从人与社会的互动中

寻求,主体在社会中产生的吸引力往往是发生在情感层面的,渴望在情感上受到关注,也渴望用情感感染对方。柯林斯使用过“情感能量”这个概念解释情感的社会统摄功能,从热情到平淡再到消极,“高度的情感能量是一种对社会互动充满自信和热爱的感受”^{[31]160},主体在与群体交互中感受到充分的情感能量,其个人的自我情感也会获得释放,并更容易找到自我,觉知自我。情感从交互中产生,随着交互的消失而疏离,无论是具体情景下的人格关联,还是宏观交往下对组织产生的价值归属感,都以求“真”为基础,寻找更为稳定的共同体,并互为主体性。随着主体间性在交往中得到强化,必然激发更为强烈的情感,虽然其中不乏存在一定“表演性”,但适当的自我表演予以其他主体以情感冲击,对于创建“情感共同体”^[32]来说是至关重要的。青年对于自身所处环境有不同的观察角度,对自身的认知并不太明确。社交媒体的审美标准要以不同层次青年的需求为导向,优化不同环境下青年的审美适应。现有的社交平台提供的精神交往以百科认知和娱乐交流为主,缺乏更为深度的情感交流。青年渴望展示自我,但当他们试图寻找精神寄托的时候,时常面对“真实情感得不到回应”“回应的不是迫切需要交流的问题”等窘境,伴随青年精神生活层次的提升,对社交媒体平台中精神资源的开发将是时代趋势,也是时代的要求。

(三)关注人的主体性,引导青年进入超越的审美意境

“自我超越”是继人的自我实现之后的一种生存状态,包含着人对于自己在社会文化中所处位置的深刻理解,过有意义的生活。这种超越体现为能够遵循内心,是人“主体性”意识的唤醒,在虚拟与现实之间实现真正的自我认同。人是现实的存在物,是一切社会关系的总和。西方工业革命以来,传统的世俗社会逐渐成为一种“物化社会”,导致精神和物质的张力不断拉大,工具理性对价值理性的僭越,精神世界让渡给物质世界,人成为社会生产大机器的一个工具,一切活动都表现为一种精确的计算。哈贝马斯指出,“社会理论只有作为认识着的意识的自我反思才是可能的”^{[33]155}。由于社会传媒的巨大影响,“麦当劳”式的文化快餐给人们的精神审美带来巨大影响,许多青年失去批判与反思的维度,“个人在不被怀疑、不受检验、静止的、非辩证的、易于交换的伪

必然性的邪恶魅力引诱下,丧失了对过去和将来的认识,退缩到狭隘的、对他不真实、为自己需要的任何目的而作交易的现实中去”^{[34]112-114},“逃避崇高”“躺平”“摆烂”正是对这种精神状态的描述。数字化平台的虚拟实在性致使青年的主体性人格部分丧失,造成青年对社交软件的过分依赖,进而致使他们的审美态度不再“去伪存真”“由表及里”,而是出现物质富裕与精神贫困二律背反的困境。人精神生活的主体性回归如同一种拯救,引导人从荒漠走向绿洲。人通过实践完成自为或者自觉的转变再重新回归生活世界中时,会有完全不同的精神需求。现代性超越理论认为,人只有实现精神生活的正向价值才能真正走向自我实现,需要人在外在价值观念的拯救下,积极克服各种不合理因素,发展人超越自我的能力,在同化和外化的精神力量下实现人对人自身的超越,从物化世界到精神世界,重建具有人文关怀又合乎实践的理性尺度,探索现实之真、道德之善、达到至高之美,追寻作为意义统一性的终极价值^{[35]155},从而既入世又出世,深入而又跳脱,通达四方,实现自由向必然的飞跃。

中国先贤哲人的“慎独”“自省”之说蕴含着丰富智慧。倘若达到这种境界,即使不受别人监督,人也能按照道德法则行事,对自己的行为负责。当然,反思的先决条件是认识自我、悦纳自我,应从交往行为层面反思到交往意识层面。应注重引起青年对美的自省是让其把外在的关注放到对内在的省察,正如王阳明所言,“心外无物、心外无理”“格物穷理”,理在心中,心中有理。向外(倾诉)毕竟只是一种辅助性手段,内心的宁静只能从“自我自己无知”中获得,经由反思后的理性表达,使反思更具有推广可能性,产生社会耦合性,与自己、他人、社会同频共振,引导青年主体性被最大程度地召回。应明确,自我实现是反思的高阶,实质是内部如何与外部的沟通和谐。由于自我认知具有很强的主观性,青年自我认同感的增强与社会存在密切相关,使他们感受到这种强烈的身体在场。当他们的自我认同感降低,就会转为对自己行为的怀疑,产生不自信甚至自卑情绪。引导青年在社交时代实现自我认同需要保障他们的交往关系的正当性和安全性,建立起人与人之间的信任,日渐在信任中达成一种道德伦理上的互信“契约”,产生一定的正向价值,在互信环境的浸润下识别、找到与自身相符的“意愿”,

把“要我这样做”转变为“我值得这样做”“我正在这样或已经这样做”。价值哲学认为事实引出价值,事实的基础是知识和经验的累积,累积成为一种较为可靠的解释模型,但也要认识到可解释性问题的复杂性。真实生活中人的信息接收渠道是多元化的,特别是社交媒体场景下知识的学习往往是走马观花式的、碎片化的、缺少品悟的,这样表层的知识难以抵及内心的思想灵魂,至多只是作为常识一扫而过,难以被深层内化为心灵底层的道德填充物。重温经典、体悟经典、感受中华优秀传统文化和马克思主义经典著作中的微言大义和博雅思想,才是在变化环境下实现自我认同最为真实的理论基础。鼓励青年多读书、读好书不仅是一种倡议,更是一种伦理关怀。进一步讲,人性总是在现实交往中生成,现实生活的缺失会造成人格的某种缺失。要鼓励青年参与到各种丰富多彩的社会实践活动中去,用各种方式帮助青年感受到自身的真实存在,在不同的人生状态中把握真实自我,才能从科技的冰冷中走出,感受人性的温存,不至于无主从众或陶醉于虚幻景象。当青年发觉社交平台上的娱乐消遣是短暂的心理慰藉时,就会更珍惜发生在周围的真实乐趣。这种体验感将是长久的,这种快乐的创造和享受才是生动可触的。

参考文献:

- [1] 新华社.我国互联网普及率达 76.4% [EB/OL]. (2023-08-28) [2025-06-12]. https://www.gov.cn/yaowen/liebiao/202308/content_6900600.htm.
- [2] 习近平.在纪念五四运动 100 周年大会上的讲话 [N].人民日报,2019-05-01(2).
- [3] 柏拉图.柏拉图全集 [M].王晓朝,译.北京:人民出版社,2003.
- [4] 休谟.人性论 [M].关文运,译.北京:商务印书馆,1980.
- [5] 康德.判断力批判 [M].邓晓芒,译.杨祖陶,校.北京:人民出版社,2002.
- [6] 叔本华.作为意志和表象的世界 [M].石冲白,译.北京:商务印书馆,2016.
- [7] 刘宏森.青年审美:前辈视野之外的艰难探索 [J].中国青年研究,2020(3).
- [8] 吴天天.语言的物质性——论保罗·德曼对康德崇高美学的解构主义阐释 [J].国外文学,2023(3).
- [9] 马中红.青年亚文化视角下的审美裂变和文化断层 [J].广州大学学报(社会科学版),2019(3).
- [10] 平章起,魏晓冉.网络青年亚文化的社会冲突、传播及治理 [J].中国青年研究,2018(11).
- [11] 周裕琼.当老龄化社会遭遇新媒体挑战 数字代沟与反哺之学术思考 [J].新闻与写作,2015(12).
- [12] 刘慧梅,黄健.儒家德性伦理与中国休闲伦理建设 [J].浙江大学学报(人文社会科学版),2008(4).
- [13] 王新中.当代青年审美趋向初探 [J].现代传播(中国传媒大学学报),2007(1).
- [14] 王永灿,吴磊.自媒体时代青年核心价值观嬗变及引导 [J].重庆邮电大学学报(社会科学版),2015(1).
- [15] 刘晓慧,吴灏鑫.网络媒介审丑对大学生社会化的影响 [J].现代传播(中国传媒大学学报),2012(4).
- [16] 戴文静.近三十年中国青年文化研究的嬗变与反思 [J].中国青年研究,2017(1).
- [17] 波德里亚.象征交换与死亡 [M].车槿山,译.南京:译林出版社,2006.
- [18] 周晓虹.文化反哺:生发动力与社会意义 [J].青年探索,2017(5).
- [19] 刘文祥,王成珊.人的停滞、审美拯救与准美学成就——当代青年人“精致穷”现象的深度剖析 [J].天府新论,2021(5).
- [20] 刘易斯·芒福德.技术与文明 [M].陈允明,王克仁,李华山,译.北京:中国建筑工业出版社,2009.
- [21] 方晴.青年文化自信与审美教育的关系研究 [J].江西财经大学学报,2019(3).
- [22] 米歇尔·福柯.词与物——人文科学考古学 [M].莫伟民,译.上海:上海三联书店,2001.
- [23] 栾云铨.医疗科技理性治理中确定性与非确定性哲学向度研究 [J].医学与哲学,2025(6).
- [24] 苏珊·鲍尔多.不能承受之重 [M].蔡亮,译.南京:江苏人民出版社,2009.
- [25] 张一兵.资本主义:全景监视主义的治安—规训社会——福柯《规训与惩罚》解读 [J].中国高校社会科学,2013(7).
- [26] 米歇尔·福柯.规训与惩罚 [M].刘北成,杨远婴,译.北京:生活·读书·新知三联书店,2003.
- [27] 中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局.马克思恩格斯全集:第 46 卷 [M].北京:人民出版社,1979.
- [28] 高修娟.大学生身体外观管理的社会学分析 [J].青年研究,2019(6).
- [29] 卢梭.社会契约论 [M].何兆武,译.北京:商务印书馆,1980.
- [30] 习近平.在文艺工作座谈会上的讲话 [M].北京:人民出版社,2015.
- [31] 兰德尔·柯林斯.互动仪式链 [M].林聚任,译.北京:商务印书馆,2016.
- [32] 成伯清.当代情感体制的社会学探析 [J].中国社会科学,2017(5).

- [33] 哈贝马斯.认识与兴趣[M].郭官义,李黎,译.上海:学林出版社,1999.
- [34] 雅思贝尔斯.历史的起源的目标[M].魏楚雄,俞新天,译.北京:华夏出版社,1989.
- [35] 孙正律.哲学通论[M].上海:复旦大学出版社,2008.

Aesthetic Imagery and Practical Guidance of Youth's Digital Social Interaction

LUAN Yunqiang^a, LI Qianjin^{a, b}

a. School of Marxism; b. Research Center for Ideological and Political Education, Nanjing Normal University, Nanjing 210023, China

Abstract: Aesthetics is a social and cultural phenomenon. Today, the rapid development of technology such as artificial intelligence, 5G, and big data has profoundly reshaped the aesthetic values of young generations, manifesting distinctive collective symbolic traits in their aesthetic perceptions, experience, and processes. At present, the youth's aesthetics has three drivers: muscular transmission of body images, technical training dominated by consumption, and emotional expression in social participation. In order to cultivate the youth's aesthetic value orientations and imagery, we should foster the youth's rational aesthetic mindsets anchored in mainstream values, develop the better spiritual aesthetic resources by paying attention to their spiritual life space, and guide them toward transcendent aesthetic realms by affirming human subjectivity as the fundamental value.

Key words: youth; digital social interaction; aesthetic imagery; aesthetic guidance

(责任编辑 雪 箫)