

# 空间转向下审美体验的后现代演进

朱丽雯, 徐向阳

(陕西理工大学人文学院, 陕西 汉中 723001)

**摘要:**西方理论话语“空间转向”的出现将空间提升至显性的地位,逐渐成为后现代文化的主要表征形式。空间的崛起颠覆了一直以时间性为主导的生存方式,人对空间的迷失感正在消逝,取而代之的是对空间的审美需求。与古代以自然空间为审美对象不同,由于人的生产性实践的介入,自然空间变成了被生产的空间,作为审美对象的意象自我演化成以视觉为基础的生产性空间。但后现代中的空间体验与古代自然空间中审美体验的契合点在于空间美感的生成要求主体性的参与。正是这种主体性的复归,才完成了空间审美体验的后现代的蜕变。

**关键词:**空间转向;审美需要;审美体验;后现代文化

**中图分类号:**J0      **文献标识码:**A      **文章编号:**1008-7192(2023)01-0095-06

自古以来,时间性主宰着整个理论话语权,空间作为时间的陪衬,空间的价值一直被锁定在自然的空间的定义之中。正如福柯提及:“空间曾经看作属于‘自然’——也就是说,是既定的、基本的条件,是一种‘自然地理’,属于‘前历史’的层面,因而不被重视。”<sup>[1]29</sup> 20世纪70年代列斐伏尔《空间的生产》一书,引起了学界对空间的无限关注。他拓展了马克思的生产理论,为空间的理论发展注入了新的活力。列斐伏尔认为空间不是简单被给定的,而是被生产出来的,其中暗含着物质空间、精神空间和表征空间三种空间形态。自此,空间的独立性凸显,不再完全被历史决定论钳制。当然,空间的独立发展与特定的资本历史时期之间有着微妙的互动,在詹姆斯那里可以看到此种空间的资本运作,即“在现代主义和消费社会中,空间被理论化为当代经验的一个典型特征”<sup>[2]167</sup>。空间与晚期资本主义的发展无法分离开来,再加上人对空间日趋依赖,空间的美感被提上话语端。

后现代中的空间不同于古代自然空间,古代自然空间更多是地理学意义上的存在,后现代空间一方面依据几何形态被建构起来,但空间的首要性并不在于科学结构上的组织,而是文化意义上的建构

价值。“‘空间’成为一种存在的和文化的主体”<sup>[3]168</sup>。空间成为一个空间的充分要素是人的实践投入,该空间得充盈着人的实践活动的活力。而这种实践在晚期资本主义的时代下,转变成了消费主义实践,人进入空间的目的是消费空间美感,获得主体的体验美感,从而人对空间美的诉求是达到身体感官与精神二者皆完满的样态,这与体验美学的概念似乎有重合之处。自然空间到生产性空间的转换是体验美学重新获得需求的关键点,但无论是自然空间的美感还是生产性空间的美感都依靠主观合目的性的存在,即主体性。人在自然空间中的沉醉,或人在生产性空间中的实践都注重审美的体验感,不过在后现代的话语之下,审美体验必定不完全等同于古代的概念,它在历史的洪流当中,定会展现出一种新的美学姿态,这也是空间转向下人的实践的新结果。

## 一、空间转向的发生

时空一词从古至今都占据着理论话语的前端,但时间与空间的地位从未实现平等。时间以其绝对优越性主导了19世纪的阐释方向,空间只被视为

收稿日期:2022-03-01

基金项目:陕西省社会科学基金项目“生态美学视阈下陕西文学批评研究”(2019J031);陕西理工大学2022年院级研究生创新基金项目“生产性批评的具体应用研究”(RWXYCX2204)

作者简介:朱丽雯(1996-),女,陕西理工大学人文学院文艺学硕士研究生,研究方向为文艺社会学;徐向阳(1978-),男,陕西理工大学人文学院教授,硕士生导师,研究方向为文艺美学。E-mail:1585433770@qq.com

时间的附属物,空间如同空气一般一直被忽视。空间被束缚在时间当中,空间的构成依赖时间的连续性(在新的时代,连续性被打破,取而代之的是同时性和断裂性)。就如同索绪尔认为“地理差异应该叫作时间差异”<sup>[4]277</sup>。空间的变化是来自于时间的影响力,因此空间始终处于一种次要的地位,自身没有多大的主动性。“从康德以来,哲学家们思考的是时间。黑格尔,柏格森,海德格尔,与此相应,空间遭到贬值,因为它站在阐释、分析、概念、死亡、固定,还有惰性的一边。”<sup>[1]130</sup>“空间被看作是死亡的、固定的、非辩证的,不动的。相反,时间代表了富足、丰饶、生命和辩证。”<sup>[1]175</sup>由此观之,空间的参与度并不高,但不能否认空间一直都存在,它只是暂时充当了时间的影子。尤其是马克思主义的思想定位使得空间本身在相当长一段时间内沉默,时代局限住了理论的发展方向。

空间叙述的席卷,其实是源于对地理空间的关注,然后拓展到了社会空间的视野范围,对空间作出详细论述的功劳,不得不归结于列斐伏尔。早期马克思已注意到了空间与资本的交叉性,相比较来说,他更关注历史,因此对空间没有作出完全系统的论述,不过他早已洞察到资本积累与地理空间之间的关联性。这就是列斐伏尔空间理论的隐藏性来源,列斐伏尔并不是完全推翻马克思的唯物史观,而是挖掘出马克思唯物史观中的空间因子。列斐伏尔一直承接着马克思理论与实践结合的思想,空间则是生活-实践的另一层面的实现。由此,列斐伏尔为空间正名,即空间不再是传统意义上死板、空洞的存在,空间有其自己的性质,拥有其生产性。生产性就是说空间具有可调动性与能动性,并且是作为生产对象参与到具体生活的生产之中。列斐伏尔已然瞥见了空间将在日后产生出的显性价值,这引导了一批人去探寻空间的理论可能。可以说列斐伏尔在空间话语转向中作出了空前的贡献,他以先锋性的姿态探寻空间的枢纽性价值,抛开时间的先决性、历史决定论等理论观点,促成了空间理论话语的进一步开展。

与列斐伏尔一样,詹姆逊也是沿袭马克思主义的传统,他的空间逻辑与列斐伏尔的空间理论存在着某种家族相似。詹姆逊考察了列斐伏尔的空间一体理论,“即一种将其所有组成要素都凝聚在一

起的空间理论,这些要素包括物理空间、精神空间、社会空间”<sup>[2]167</sup>。他在列斐伏尔空间一体理论的基础上,加强对具体空间的批判,即詹姆逊对现代和后现代建筑的批判。对建筑的重视作用于空间概念的自我实现,或者说建筑空间是空间概念的延伸对象,毕竟整个社会的生产活动集中于某一建筑的实在空间当中。这种叙述是列斐伏尔的空间生产概念在建筑空间的具体实现。当然,詹姆逊的空间理论承自马克思的生产理论,资本与生产之间关联是密切的,在詹姆逊看来资本是实现后现代总体化的中介,詹姆逊依旧采用马克思的总体化视角。他受到马克思的经济基础与上层建筑这一思想的影响,且根据曼德尔《晚期资本主义》一书中提到的三个历史阶段而得到启示,提出了三个资本历史时期,分别为古典或市场资本主义、垄断资本主义、跨国或晚期资本主义。这三个历史分期分别对应着詹姆逊的空间叙述——“资本的三个历史阶段各自生产它特有的一个空间”<sup>[5]295</sup>。并且“这三个空间都是在资本扩展中,在资本向迄今未商品化的地区的渗透和殖民化的过程中,继续扩张或量子飞跃的结果”<sup>[5]295</sup>。如此,詹姆逊认为晚期资本主义时期对应的空间则是建筑,因为建筑在晚期资本主义时期是经济的中心,也是后现代文化中的主导力量,建筑与资本始终有勾连关系。在晚期资本主义的空间化过程中,詹姆逊对鸿运大饭店、波拿文都拉旅馆等进行论述,超空间的概念逐渐浮现。超空间概念的出现意味着人在超出人力感知范围内表现出的空间迷失感。迷失感意味着人意识到之前对空间的关注度不够,以至于空间以其巨大的碾压感冲击着人的身体与精神,空间参与进人的日常生活中,渗透进人体的感官力当中,以致主体一时间不知以何种姿态去面对外界。詹姆逊对空间的统治力也显得不知所措,在此基础上提出了认知测绘的概念,其实是想要解决超空间给予人类的认知障碍,该想法是基于超级空间的宏大视角,这作为空间概念的前期发展过程中无疑是具有超前性质的叙述。其实认知测绘的美学概念并没有完全展开,且詹姆逊也没有具体规划认知测绘美学的实践路径。因此也不能苛责詹姆逊,面对此种境遇,历史要求人去适应。现实也在印证着,超空间带来的幻像或者是冲击力正在减弱,如果说人们以前是惧怕

空间这一怪物,那么现在就是人在追逐空间。超空间的普世性正在印证人适应了空间,甚至要去创造更多空间。人以其强大的感知力触及到空间的每一个角落,并且在超空间的训练之下,身体在空间中的敏锐力提升。空间对人的统治变成了人对空间的统治。

不过,更值得关注的对象是超级空间之中创造出的小空间,类似于套娃效应,空间中藏着空间。大空间中的各个小空间的生产性功能获得关注。在超空间中,以建筑为例子,建筑中区分出不同的小空间,用以建成不同的场所,来达到符合人的具体生活活动的要求。当然不是说超空间的影响力在缩小,只不过对空间的熟悉之后,人已然对空间产生了需求。其中能够看到一种转变,具体功能性的空间的热度在上涨,此类具有功能性或目的性的空间与人的实践需要相契合,空间与人的距离更为贴近。面对空间,人有自我的认知,决定了想要进入何样的空间,至于空间内部形成何种审美感受,这又与个人的审美需要产生关联。后现代的推进,展示出一种日常审美空间的需要。

## 二、空间生产与后现代中审美需要的共振

中国人的自然、宇宙的空间意识,表现在诗画的传统中,宗白华认为文字具有两种作用:一种是音乐的作用,一种是绘画的作用。文字是联结空间意象的重要方式。但文本的功能在快节奏的现代生活当中失效。文字的力量、诗画的影响力逐渐降低,全部转换成了视觉冲击力强的图像或物质。还有重要的一点是自然空间的窄化与压缩,主体体验之客体的渐渐缺失,人几乎是在人工生产的空间当中成长,对自然的亲切度远不如古代,因此在文本中描写的那些自然意象缺少想象的空间。主体赖以生存的空间发生了巨大的变化,人造空间已经参与到人类生长的每一阶段,并且这一空间甚至含有基因性质的意味。因此对现代(后现代)社会而言,文本无法轻易与主体达成一种共振的空间感。一方面是自然空间的萎缩;另一方面人类在新世纪生产出新的空间,这种空间的形成是基于马克思所说的人的本质力量的对象化。空间中容纳的客体更为庞杂,但偏偏不是以文字的深度见长,现代化的

空间中,就拿规模化的商场举例子,一个大空间中的因素包括几何性质的小空间、穹顶式的留白空间、音乐、灯光、装饰等等。与自然是迥然不同的面貌,但人沉浸在其中,与那种在自然之中的主客观合目的性又是有相似之处的。与古代审美体验的生成依靠“意象”相同,现代空间建构的过程当中,意象的构成同样是基础性的。只不过“作为审美对象的意象绝不是审美凝固定型的实体,乃呈现为不断生成与自我演化的流程”<sup>[6]68</sup>。因此在现代(后现代)社会,文字中所含有的音乐、绘画美等空间因素有了一种转换,即以其他的方式,如音乐、装修、灯光等意象元素重新展现出来。这些都是作为后现代社会下的产物,也是视觉或形象的转向下的文化现状,再加上人与自然的隔绝,人无法一直处在自然的环境之中,因此给建筑的繁盛造就了机会,其中暗含着空间的动能趋势。

自然性质的“意象”可以说被超现实的视觉形象的代替,审美体验则由超空间与身体感官的相互作用而产生,空间意识在新的生产性空间当中以另一种方式展现出来,断裂表面的背后似乎隐现着一种历史的承接性。新的美感形式的诞生,某种程度上,隐藏着对传统的复归,以及夹杂着新时代的创见。正如詹姆逊论及现代主义时所说,同样适用于眼下:“一切审美生产的形式都以一种或另一种方式包括与再现和为再现而进行的斗争。”<sup>[5]295</sup>生产性空间的再现包含着对人的身体的无限关注,延伸人的各种感官的深度与广度,还透露着某种人的实践的重要性。

人为介入空间使得自然空间与现代空间并不对等,但又可以说现代的空间是自然空间一种变形意义上的呈现结果。过去的空间都是自然的空间,在《空间的生产》中,列斐伏尔提出自然不是被生产出来的,它本身就是那种状态,直到人类的出现,对自然中的一切进行改造(create),列斐伏尔用“humanity”与“nature”来比较现在空间与过去自然空间的差别。现在的空间从来不是静止,更不是被给定的,而是被人为实践生产出来的。“自然空间(natural space)已经无可挽回地消逝了。虽然它当然仍是社会过程的起源,自然现在已经被贬降为社会的生产力在其上操弄的物质了。”<sup>[7]48</sup>因此出现了自然空间(natural space)与空间的生产(production of space)的大分别。生产性的空间成为人(主体)实践

的对象化结果,生产在其中的内涵包括生产力、生产方式的变革与资本主义的兴起与控制。空间的生产意味着有更多的外力介入,其中就包括人的实践,没有人参与的空间可能会丧失其成为空间的意义。不管是在自然空间,还是新的社会空间,都无法脱离人的介入而单独存在,因此列斐伏尔认为现代社会中空间的生产还包含人与人之间关系的建构。正如列斐伏尔所说,“社会空间包含了多种多样的对象,既有自然的,也有社会的,包括促进物质和信息交换的网络和路径。这样的客体不仅是事物,而且是关系”<sup>[8]77</sup>。某种程度上来说,“生产的社会关系是一种社会存在,也是一种空间存在;它们将自身投射到空间之内,并在其中打下印记,同时,它们本身亦生产着空间”<sup>[8]129</sup>。人的社会关系的发展聚集在具体的空间之中,这也代表着社会关系的发生离不开特定的社会空间,当然人在空间之中,并不是被动的,而是主动地为空间提供更多的因素,以此来加固空间的确定性意义。

由于人的实践介入,空间的灵活性大幅度增加,人开始关注空间的具体生成与动向。古代的自然空间几乎是静止的,因此需要较少的人为介入实践。现代的空间中,人类的实践活动促成了空间的多样生成,并且两者是融为一体的。现代空间以其新的形式替代自然空间魅力,以至符合人的审美期待。文本中的空间走向日常生活的空间,从自然的走向生产性的空间。意境的达成就要依靠空间的生产功能。空间的生产则与消费的关系密切,可以说“由空间中的生产(production in space)转变为空间的生产(production of space),乃是源于生产力自身的成长,以及只是在物质生产中的直接介入……这种转变导致一个重要的结果:现代经济的规划倾向于成为空间的规划”<sup>[7]47</sup>。经济消费欲望与空间的距离空前迫近,现代社会的空间感寄托于“消费”本身,而且更多的是文化消费,消费的内核是社会的生产,生产是一种人为的实践或人类的实践活动,这种实践活动不仅是物质性的,还包含着文化形式的精神内容。人们进入空间,消费空间。在空间中寻求感官与精神的享受,接近于体验美学的范畴。空间随处可见,渗入人的日常生活,几乎成为日常审美的需要。在特定的空间当中,物品的陈设、空间的布局等,以及人的眼睛、耳朵、鼻子等感官综合性地配合,为人自身的感受创造条件。这

要求在这一空间中的一切都是美的,人享受被美围绕着的感受。可以看出,人的审美能力在不断加强,还存在日常生活审美化的倾向。正如韦尔施重申,美在泛化,美充斥在日常生活中的每一个角落,那空间的生产过程当中,为迎合主观的合目的性,必定是把“美”这一原则贯彻到底。因此,体验空间的过程当中,与文化或者美的需求是分不开的。这种美的需求还与商业联系在一起。“生活中的一切因此陷入了商品化之中。于是,日常生活的形象化或文化化也随之出现……现代种种接触的文化形式受到提供大众消费的大商业和联合生产的限制。”<sup>[9]131</sup>在审美泛化的基础之下,文化生产者把“消费伪装成艺术”<sup>[10]135</sup>。文化的特性已经渗透到我们的日常生活当中,因此资本力量更有机会把消费的物质产品伪装成艺术产品。“这些消费者实际上不在乎获得产品,而是通过购买使自己进入某种审美的生活方式。”<sup>[11]109</sup>可见文化的威力可以使任何日常生活中的一切都变成文化的衍生品,让消费者进入到某种自我满足当中。空间成为承载这一切的必需品,“意象”在空间中陈列的商品化的艺术产品中得以呈现,再次印证与文本或自然空间中“意象”的性质的不同,新的形式对传统意象的摒弃,通过与传统不同的形式表达出来。

### 三、审美体验的后现代演进及其意义

空间的横空出世给予人文学科新的视角进行探索式的尝试,且空间转向给予审美体验的后现代演进的动力,两者暗中契合,揭示着主体维度的空间审美体验的后现代转变。中国的意境美学何以在空间转向的美学中获得价值?这脱离不开人追求体验的审美方式,而不是西方逻各斯主义的理性方式。西方从德尔斐神庙上的“认识自己”开始,主体与世界之间是对立的关系,主体与客体的审美世界之中有一条鸿沟。在后现代审美方式的变革中正抛弃那种绝对的对立的审美关系。西方在近代美学的发展进程中,出现了唯意志的转向,但还是局限在唯物与唯心主义的二元论之中,并未逃脱二元对立的窠臼。中国体验美学的提出,其实是在弥合主体与客体之间的鸿沟。中国更在意的是,主体的发展是否符合宇宙的规律,能否达到阴阳调和的

状态。还有“中国的最根本的宇宙观是《易经》上所说的‘一阴一阳谓之道’。我们画面的空间感也凭一虚一实、一明一暗的流动节奏表达出来,虚(空间)同实(实物)联成一片波流,如决流之推波。明同暗也联成一片波动,如行云之推月”<sup>[12]110</sup>。“虚”的含义就是空间,空间与留白联系在一起,但是要意识到空间与留白并不代表着无,相反,是有。在中国的诗画中都能见此状。苏轼评王维的诗说:“味摩诘之诗,诗中有画。观摩诘之画,画中有诗。”还有中国画中的留白、墨汁的浓淡等都是表现空间感的一种方法,意在留给观者想象的空间,此种观赏是以艺术作品为中介,在主体的心间唤起一种审美感受,这就涉及到中国特有的以体验为首要的美学思想。可以观见,以往体验美学的依托物是艺术,而现在体验美学的依托物是空间,空间的生产本身作为一种艺术,作为观看、体验之艺术形式。实际上依靠的就是此种以空间体验美学为基础的审美活动。

古代空间的感受,基于一种自然空间。后现代中的社会空间则是被生产出来的空间,应该说,生产性空间的出现是对自然空间的丧失的补偿。现代通信、交通运输等的发展,能够实现瞬间性的视觉体验,空间障碍消失了。较之于以前,人的眼睛可以捕捉到更多的画面,山川河流等自然景色,人工合成的画面等等。不得不说,世界图像时代到来了。现代社会中的人远离自然,不是自然景物来构建人的视觉审美,而是机械生产。因此审美的方向逐渐被其他东西所引领,这个新的东西是什么?就是在新的图像时代之下,人的审美点被新空间中的视觉性产物所塑造。列斐伏尔在《空间的生产》中说:“这类空间的另一个重要方面是它们日益明显的视觉特征。在脑海中形成的可见的东西:人和事物的可见性,空间的可见性,以及它们所包含的任何东西的可见性。视觉化的优势(比‘壮观化’更重要,它在任何情况下都被包含在内)掩盖了重复性。”<sup>[8]75</sup>其中提到了重复性,在列斐伏尔看来,空间当中视觉性的产品把产品的重复性掩盖起来,以至于让处在一个空间里的人感受不到机械复制时代的劣势,最终形成了以物质为陪衬的空间化的美,让人沉醉在空间所制造的气氛当中。不管是物质性的意象,还是超空间内的象征性的意象,它们充当了某种表征价值。

主体的情感与“人化的自然”之间的关系始终

以“意象”为基础,即以物质化或象征性的意象为基础,而后升华为主观的情感。“依歌德的意见,是客观内在生命达成最高现象,亦即依其本性所有的法则成为极致的表现,而后才适合于主观省察的目的性。”<sup>[12]125</sup>客观内在生命的最高现象是空间,它服务主观省察的目的性,以空间为主导的意境美的需求是体验美学的进阶形式。美的省察,以主观的合目的性为主,但不能少了客观的合目的性。此二者之合才可显示美。客观合目的性就须在空间这一背景上做文章。在空间转向的大背景下,晚期资本主义的空间形式表现为都市空间的急剧膨胀。城市化的进程,代表着现代性或者后现代性的出现,都市给人带来的压迫感极强,西美尔对都市的观察以及作出的阐释,具有代表性的意义。人所面对的客体空间发生巨变,城市化中的建筑、建筑中的不同空间都成为都市空间的填充物。但都市空间里的个体,并不完全是由西美尔所说的个性的完全丧失,在一个空间之中,同质的个体集聚在一起,因此只能说空间的功能之一就是吸引类似个体。在这层意义上,人的生产性意味就凸显出来。人从整体化的空间逃入到一个自我选择的空间当中,其中隐藏着个体的自我能动性,人由生产流水线上的一颗螺丝钉变成一个真正的人。当然不能否认空间的覆盖力,因为无论进入到哪一种休闲空间,人都无法改变自己已经进入到空间的生产当中,与空间中的物质相比,人必定是参与到空间的氛围生成之中。这明显对应着一种合主体目的性的生活实践。正如王梦鸥在论及意境的品类时说:“不管是直接构成的形式,或假象感情的形态,它总是主、客构成合目的性关系时所呈现的一种效果。”<sup>[13]161</sup>在空间中追求审美体验,为达到自我与空间的融合之感。后现代中,主体与空间的亲密感沿袭着古代的主客体的交融性。不同的空间都可以借通信技术呈现为一系列形象为人所把握,因此空间感趋同,地理的复杂性被取消,主体与空间的距离再一次被推进。宏观意义上的空间被微缩在一个小小的场所当中,因此戴维·哈维认为“时间消灭空间的过程中(空间障碍的崩溃)并不意味着空间意义的渐小”<sup>[9]</sup>,反而空间的意义变大了。现代化进程中,资本和市场的双手可以进一步伸向空间,创造内场所的意义,其次在市场的利诱下,超级空间被不断切割,形成一个个具有特定作用与意义的小空间。

人在这种感觉良好的相对狭小空间内获得比多的满足。还可以看到,人在这个小空间当中反过来加固了该空间的意义生成,人从处在空间的时刻开始就已经成为空间构建的一个部分。以此看来,统筹周遭空间的主角还是主体,意境美的侧重点是主体性。空间成为主体对美的省察的重要陪衬物,即对空间的关注其实隐藏着主体的回归,更多的是身心合一的状态,由意到境的深入,其实是由感官到心灵舒适的逐层递进,呈现出一种物、空间与人三者的一种融合感。如陈伯海所言,“是一种对象向着主体敞开以及对象与主体之间的双向建构”<sup>[6]68</sup>。也可借鉴汪民安的看法,即一种后现代的哲学性话语,因为体验美学追求那种非形而上学的性质的世界,与后现代为打破现代性的总体性暗中契合。因为后现代语境下的体验美学落脚于个体化的私人,它的意义在于追求一种自由畅快的内在感受,与古代追求达到天人合一的境界相比,削弱了其澄明的人生价值追求的意味,增添了日常生活的话语基础。可以说意境美在新的时代端点之上,表现出新的生命力,与体验美学的境界相近,但要理解此种体验美学不是单纯意义上的重现,而是加入了新的养料,烙印着时代的特点。最重要的就是一直在重复的空间转向,在追求合主体性的体验时,人已然默认了空间的价值,即空间的建构是前提。空间是日常生活中不可切断的连接体,追求美的过程,必定是要与空间产生关联。可以说,空间是体验美学重新站上历史舞台高点的中介。同时,审美体验创

造的主体性也不断建构出形态迥异的后现代空间。

### 参 考 文 献

- [1] 米歇尔·福柯. 权力的眼睛——福柯访谈录[M]. 严锋,译. 上海:上海人民出版社,1997.
- [2] 肖恩·霍默. 弗雷德里克·詹姆逊[M]. 孙斌,宗成河,孙大鹏,译. 上海:上海人民出版社,2004.
- [3] 詹明信. 晚期资本主义的文化逻辑[M]. 陈清侨,等译. 北京:生活·读书·新知三联书店,2013.
- [4] 费尔迪南·德·索绪尔. 普通语言学教程[M]. 高名凯,译. 岑麒祥,叶蜚声,校注. 北京:商务印书馆,1999.
- [5] 弗雷德里克·詹姆逊. 新马克思主义[M]. 陈永国,胡亚敏,等译. 北京:中国人民大学出版社,2018.
- [6] 陈伯海. 生命体验与审美超越[M]. 北京:生活·读书·新知三联书店,2012.
- [7] 包亚明. 现代性与空间的生产[M]. 上海:上海教育出版社,2003.
- [8] HENRI LEFEBVRE. The Production of Space[M]. Donald Nicholson-Smith, Trans. Malden: Blackwell Publishing, 1991.
- [9] 弗雷德里克·詹姆逊. 时间的种子[M]. 王逢振,译. 北京:中国人民大学出版社,2018.
- [10] 弗雷德里克·詹姆逊. 文化转向[M]. 胡亚敏,等译. 北京:中国人民大学出版社,2018.
- [11] 韦尔施. 重构美学[M]. 陆扬,张岩冰,译. 上海:上海译文出版社,2002.
- [12] 宗白华. 美学散步[M]. 上海:上海人民出版社,1981.
- [13] 王梦鸥. 文艺美学[M]. 中国台北:里仁书局,2010.

## Postmodern Evolution of Aesthetic Experience under the View of Spatial Turn

ZHU Li-wen, XU Xiang-yang

(School of Humanities, Shaanxi University of Technology, Hanzhong 723001, China)

**Abstract:** The “Spatial Turn” in western theoretical discourse leads space up to the explicit position and gradually becomes the main form of representation in post-modern culture. The rise of space has subverted a lifestyle that has always been dominated by time. People’s sense of loss in space is fading, and it is replaced by an aesthetic need for space. Instead of being taken as the aesthetic objects in ancient times, the natural space has become the productive space due to the intervention of man’s productive practice, and the imagery self taken as an aesthetic object has evolved into the visual-based productive space. However, the common ground between the spatial experience in postmodernism and the aesthetic experience in ancient natural space is that the generation of spatial aesthetic feeling needs the participation of subjectivity. It is the return of subjectivity that completes the postmodern transformation of space aesthetic experience.

**Key words:** spatial turn; aesthetic needs; aesthetic experience; postmodern culture

【编辑 高婉炯】