

# 文艺美学与审美资本主义\*

张 盾

〔摘 要〕近代文艺美学的两个教条，即“审美经验论”和“艺术的自主性”，是导致当代艺术衰落的理论根源。其中的审美经验论导致了审美享乐主义，艺术的自主性则导致了艺术品拜物教，这两点都通向资本主义的市场逻辑，使艺术被资本主义文化产业彻底吸收。当代资本主义从艺术中汲取灵感和动力，把艺术的要素引入生产领域，将艺术的魅力灌注于工业品的生产中，使工业资本主义变成了“审美资本主义”。从马克思主义的美学观点看，艺术的衰落宣告了近代文艺美学的失败，同时也预示了美学获得新生的理论契机，这就是：艺术之原初本质的先验重建如何可能？这一课题需要在马克思政治美学的新平台上展开。

〔关键词〕艺术 文艺美学 审美资本主义 〔中图分类号〕B83-0

## 一、作为艺术衰落的文化产业

今天，在本质意义上，艺术已经无可挽救地衰落了。黑格尔早在19世纪初就曾预言，艺术有可能进入其没落与终结时代，它不再是精神认识自己的最高旨趣的适当形式，不复具有它从前那种真实的生命和在现实中被需要的崇高的地位。（参见黑格尔，第13-15页）黑格尔如此准确地预言了艺术在今天的命运，这应该不是偶然的，而是启示了极其重要的东西。在黑格尔把艺术视为某种终结之物的同时，又将其当作精神向认识真理的更高形式发展的一个契机，这个问题仍然支配着我们对艺术和美学的未来的思考。按照阿多诺的看法，当代艺术的本质经历了一次更严重的失落，表现为艺术在自身中生长出“反艺术的造反活动”，艺术的本质和内在目的，艺术在社会中的地位与功能，以至艺术本身的存在权利等等，均已超出无论古典还是近代已有的一切标准，重新成了问题。根据人类精神史原有的标准，艺术的衰落表现为那种最根本的关于更高的不可见之美的真理性契机已经毁灭，那种把艺术等同于纯粹精神性的幻想已告终结。按照阿多诺的概括性描述，20世纪后期以后的文化产业把艺术“非实体化”了，其两种相互对应的极端形式为：或者视艺术为停止言说的“物中之物”，或者视艺术为“观众欲言之物”即观众心理的纯粹载体。（参见阿多诺，第31页）

艺术衰落的标志性特征是阿多诺所谓艺术变成了“文化产业”，成为了一种追求利润的行业。作为产业，艺术只有能够获利，才会继续存在，艺术品变身为一种商品类型，只有当它像工业产品那样可以买卖、可以赚钱时，它的艺术价值才得到了真正的实现。文化产业意味着艺术在放弃其自律性之

\* 本文系国家社会科学基金重点项目“超越审美现代性——马克思的政治美学研究”（编号13AZD028）、国家社会科学基金重大项目“马克思主义政治哲学重大基础理论问题研究”（编号15ZDB002）的阶段性成果。

后,以一种错误的方式重新回归了它的社会性,从而再次提出了那个美学问题:什么是艺术的本性?艺术的本性或许正是艺术的致命因素。如果不是出于艺术自身固有的某种内在原因,商业原则何以能成为艺术领域如此彻底而普遍的第一原则?“若牢记这一点,那么在批判文化产业的同时就不可能不批判艺术。”(阿多诺,第32页)阿多诺美学站在马克思的理论高度上,因而能够深刻揭示艺术的命运及其与社会之间的内在联系,他对艺术的批判是人类反思艺术本质的一次划时代的突破,自此以后,达不到阿多诺批判的高度,对艺术的任何理解就都是非本质的、非反思的、缺乏见识的。

对文化产业的批判性研究最早发生于本雅明对电影这门新兴艺术形式的考察,本雅明发现,艺术品原作的“即时即地性”构成了艺术品的独一无二的“原真性”,“唯有借助于这种独一无二性才构成了历史,艺术品的存在过程就受制于历史”。(本雅明,第84页)艺术品因这种原真性而具有“光韵”,那是最完美的复制品也不能获得的艺术最传统最本质的东西。而电影这种机械复制艺术所取消的就是艺术品的原真性的光韵,“复制技术把所复制的东西从传统领域中解脱了出来。由于它制作了许许多多的复制品,因而它就用众多的复制物取代了独一无二的存在;由于它使复制品能为接受者在其自身的环境中去加以欣赏,因而它就赋予了所复制的对象以现实的活力。这两方面的进程导致了传统的大动荡——作为人性的现代危机和革新对立面的传统大动荡,它们都与现代社会的群众运动密切相联,其最有影响力的代理人就是电影”。(同上)本雅明的重要发现是,艺术作品的机械复制改变了艺术对大众的关系,使创造者与非创造者的区分失去了根本意义,电影是一种群体性的、共时性的接受对象,它需要使大众参与进来,从而使艺术“反本性直接面对大众”。艺术与大众的这种关系决定性地导致了当代艺术的衰落,与中世纪基督教时代艺术对大众的教化关系不同,当代大众对艺术的关系是对艺术之物的占有,通过占有每一件复制品来克服其独一无二性。这种通过占有一件摹本或复制品来占有艺术之物的感觉具有重大社会后果:“把一件东西从它的外壳中撬出来,摧毁它的光韵,是这种感知的标志所在。”(同上,第91页)与艺术教化时代接受者对于艺术的凝神专注态度不同,当代大众对待艺术的典型态度是消遣,凝神专注的人沉入到艺术作品之中,力图最大限度地吸收其中的内在意义,而进行消遣的大众则超然于艺术品而沉浸在自我中,这正是对艺术之物的占有感的实现形式。“消遣性接受随着日益在所有艺术领域中得到推重而引人注目,而且它成了知觉已发生深刻变化的迹象。”(同上,第128页)轻松消遣使对艺术品的普遍消费成为可能,从而成为资本逻辑和商业原则入主艺术王国的一个根本性前提。正如本雅明指出的,当电影演员站在机械前进行表演时,他知道他是站在与观众相关联的机制中,“而观众就是构成市场的买主”,“电影资本规定了电影的基调”。(同上,第107、108页)

在本雅明的启示之下,阿多诺集中而深入地探讨了文化工业对艺术衰落的影响,以此奠定了艺术批判的基础。他在《文化工业:作为大众欺骗的启蒙》中指出,“有用”是文化工业的形而上学,有用性可以用来衡量一切;需求则是衡量有用性本身的最后标准,任何东西都不具有内在的价值,只有通过被需要才能获得价值,“文化工业的权力是建立在认同被制造出来的需求的基础上”,它“应该向顾客表明,他的一切需要都能得到满足”。大众对艺术这种无用之物的需求使艺术变成有用之物,从而使艺术的内在结构发生了改变:“艺术作品已经完全把自己与需求等同起来,它以欺骗为手段,彻底剥夺了人们摆脱效用原则的可能性”。(阿多诺、霍克海默,第123、128、143页)阿多诺据此发现了“无目的的合目的性”这一艺术辩证法的政治意义:“唯心主义美学的原则是无目的的目的性,从社会角度来说,它颠倒了资产阶级艺术所遵循的图式:即市场所声明的目的的无目的性。最后,为了满足娱乐和轻松的需要,目的吸收了无目的性的领域。”(同上,第143页)由于失去了真正艺术的教化基础,大众的需求是低俗的,现在艺术必须反过来使自己适应这种低俗的需求。由于大众以消遣的态度消费艺术作品,文化工业对消费大众的影响通过娱乐确立起来,娱乐成了文化工业赋

予艺术的新本质。娱乐本意上是劳动的延伸和补充，现在却被当成艺术的至上规则，它用幽默征服美，用笑声取消了一切对严肃性和庄严感的向往。阿多诺指出，文化工业把笑声当成了欢乐的虚假面具，“这种虚假笑声的可怕之处在于，它是对最快乐的笑声的强制性模仿”。（阿多诺、霍克海默，第127页）真正欢乐的时刻是不会有笑声的，因为欢乐是件很严肃的事情，正是因为对苦难与不幸的沉重记忆，人们才把生活的意义托付给了欢乐的瞬间。艺术的严肃性本质在于艺术是表现苦难的语言，“艺术越是把与其水火不容的生活严肃地表达出来，就越会发展成它的反题，即生活的严肃性”。（同上，第128页）正是这种严肃性使艺术作品成为超越现实的否定性力量。在这个意义上，娱乐本质上不属于艺术，对于真正的审美趣味来说，无拘无束的娱乐是一种幼稚的、甚至是堕落的东西，通常作为文化衰败的标志而现身文化工业。把艺术和娱乐这两种不同质的东西整合成一种新的艺术程式，把娱乐变成艺术的本质和理想，用来取代更高级的东西，结果使双方都受到损害，无论艺术的严肃性还是娱乐的本意都变得失去意义。艺术的严肃性来源于它是表现生活之悲剧本质的形式语言，尼采把这种悲剧本质的概括为人类在强大的敌人、深重的苦难和可怕的难题面前仍然表现出勇敢、自由的情感。而艺术的娱乐性则旨在彻底遮蔽生活的悲剧本质的，它使悲剧消亡，把人类的高尚品质祛除殆尽。

文化产业造成艺术衰落的另一个问题是它用科技生产艺术，充分利用工业的技术设备和资源来满足大众审美消费，把艺术改造成能够在每个产品中都可以进行不断再生产的类型。阿多诺把电影看成是工商业通过科技主宰艺术的产物。电影总是想复制人们过去的经验和真实的世界，这种复制变成了制片人的准则，并通过引入技术控制下的机械化再生产而成为可能。机械复制把艺术从个人的自由创造变成了集体性的固定工作程式。“文化工业的所有要素，都是在同样的机制下，在贴着同样标签的神话中生产出来的。”在这里，“任何事物都变成了被设计出来的细节”，“每个细节都固定不变”。（同上，第115-116页）阿多诺认为电影不同于本来意义的艺术就在于，它把艺术的生产和接受变成了技术统治下的统一固定程式，而没有给人类的自发性、想象力和自由思考留下任何空间。今天我们对于阿多诺对电影艺术的这种理解已经不能完全接受，但重要的是他所揭露的文化工业改变艺术本质的本质性事实，那种统一的固定程式阿多诺称其为“风格”，它正是文化工业赋予艺术活动的一种新的存在模式。文化工业把艺术中的一切都变成可预见的。在这种可预见性中产生了阿多诺所谓流行艺术的“风格化形式”，明星艺术家必须很自然地生成具有一定技术特点的风格，并使人们能够接受它，谁具备了形成自己风格的能力，谁就具有了成功的资本。阿多诺认为，被文化工业强行制造出来的这种风格是对以往艺术世界中的真实风格的拙劣模仿，过去的真实风格是在真正的艺术实践中依据那种无法驾驭的形式冲动而产生的，而从政治的观点看，无论中世纪基督教时代还是文艺复兴时期，所谓“风格统一”都联系着社会权力的不同结构，从而是普遍性的表现形式。所以真正的艺术冲动、那些使艺术作品能够超越现实的因素，都不是从风格中产生的，而是从“那些受到普遍性遮蔽的被压迫者的模糊经验”产生出来的。（同上，第116-117页）伟大的艺术家从来都是在与风格作为普遍性的对峙中，把风格作为一种否定性的真理，作为一种能够让自己变得更坚强的力量来吸收，“所有伟大的艺术作品都会在风格上实现一种自我否定，而拙劣的作品则常常要依赖于与其他作品的相似性，依赖于一种具有替代性特征的一致性。在文化工业中，这种模仿最终变成了绝对的模仿。一切业已流失，仅仅剩下了风格，于是，文化工业戳穿了风格的秘密：即对社会等级秩序的遵从。”（同上，第117页）艺术市场打造的虚假风格意味着虚假的普遍性将个性吞没，拒绝一切本质性的、有意义的内容和成就；另一方面又表现为细节彻底压制了作品本身的整体性，由于艺术的生产遵循固定的程式，文化工业关注复杂的细节，一切细节都被计算好了，每个细节都固定不变，细节因此获得了凌驾于作品本身整体性的优势地位。

## 二、作为艺术衰落之理论根源的文艺美学

近代以来,美学发生了一次深刻的转向,美学被置于“艺术的立足点”上,把艺术当成美的唯一范本,对美的理解专注于公认的伟大艺术作品,美学因此成为文艺美学。如果说,文化工业直接造成了艺术的衰落,那末近代文艺美学就是艺术衰落的理论根源。“美学是艺术的悼词。”(阿多诺,第6页)在一种更深刻的意义上,近代文艺美学的审美经验论和艺术的自主性这两个教条预示了艺术在后来发生的衰落。

审美经验论把艺术之美当作鉴赏活动所产生的纯粹主观体验,它产生于18世纪英国经验论的理论态度,重视从视觉和听觉经验中得到的美的快感,但这种美感经验不是古代美学认为人人都有的平凡的声色之乐和知觉之美,而是对于艺术的感性之美的一种特殊认知,它要求只有特殊的主体、特定的态度和经过特殊训练的心智能力才能认知和领会这种美感经验。英国美学家夏夫兹博里和哈奇生开创性地把这种近代美感经验称为“鉴赏力”,经过18世纪的一系列发展,西方美学变成对艺术的审美鉴赏理论,审美经验论最终成长为近代美学的主流理论。与古典美学关于美的本质的超验性理解相比,作为鉴赏力的审美经验保留了心理学的基本色彩,抛弃一切反感官的超验形而上学,对美的分析诉诸知觉、想象和联想等心理学程序,把美的本质变成经验性和主观性。既然美感经验是从知觉和想象中直接涌现出来,其自然性的心理意义完全压制了其精神性的象征意义,为传统美学奠基的可见之美与不可见之美的二元论失去理论价值,近代文艺美学的基础是一种安逸舒适的经验主义一元论,它把艺术的客观性和一切美的事物一概还原为鉴赏者的主观心理效应,自在之物是不可究诘的。

审美经验论的社会后果就是克罗齐所说的审美享乐主义,它充当了现代人艺术消费态度的理论依据。美感经验有着植根于艺术之天然结构的内在起源,因为艺术表现的对象不是实在事物而是事物的形象和外观,因此艺术之美的诞生必然通过知觉和想象力等经验媒介才能完成。审美经验论的真理性因素在于下述事实,艺术的经验之美作为象征关系中的手段之维,从来不会被作为目的之维的美的理念完全吸收,而是通常保持一定程度的独立性,因为正是通过审美经验带来的快感与享受,艺术作品才得以实现其作为美的理念的形象显现的本质方面。审美经验论的歧途在于手段完全脱离目的而变成独立的存在。艺术在其早期并不是欣赏和享受的对象,而是赞美与沉思的对象,信徒在对艺术品的忘我的赞美与沉思中使自己受到教化从而实现精神上的升华。艺术的实用教化功能退隐之后,艺术作品有什么用成为一个问题。按照近代资产阶级社会的主流观念,艺术对于满足直接性物质需要来说是无用之物,但艺术恰恰在资本主义社会发展的一个关键性转变中获得了它的实用价值,即随着生产社会的丰裕并转型为消费社会,人类的需求超出对物质使用价值的直接需要而转向对于物品外观、款式的审美感受和生活风格的时尚追求等新型需要,人类消费对象的物质性实体日益被一种审美性幻象所替代。这种消费审美化的趋向正是源于对艺术中的审美经验的粗陋模仿。如前所述,近代经验主义美学突出强调艺术中的美感享受因素,视美感经验这种主观感受为美之基础,把鉴赏即对艺术作品的欣赏把玩当作艺术的本质,这种主观主义美学很难坚守真正的艺术经验与普通经验的界限,最终会使艺术作品接近于普通消费品,因为它取消了艺术的客观性,从根基处使艺术能够适应资产阶级社会的价值准则,即把艺术之美及其所带来的快感当作自己能够拥有的有用之物即财产概念,在任何情况下都可以获得或者转让。正是在艺术被完全经验化和主观化之后,那些摆脱了衣食之忧的现代消费者们开始要求一种新的消费形式,这就是以艺术为其范本和来源的对于美的快感的消费。阿多诺指出,在这种审美消费的背后既隐藏着门外汉“敏感而贪婪的一直想要触摸和品赏艺术”的欲望和普通消费者“渴望从艺术中能得到什么”的感觉,也隐藏着资产阶级经济权力“意欲吞没艺术对象并使其服从自身”的意图。(参见阿

多诺,第18、31、19页)艺术衰落的秘密存在于人类的消费从实体性物质层面向非实体性主观体验层面的转移,经验主义美学对艺术本质的错误解释在理论上为这种转移铺平了道路。

文艺美学的另一个教条是艺术的自主性,即艺术作为与生活世界相隔绝的一个特殊的独立领域而存在:“艺术被送到了—个单独的王国之中,与所有其他形式的人的努力、经历和成就的材料与目的切断了联系。”(杜威,第3-4页)“艺术”成为—个极崇高的字眼,美的艺术被放置在高高的供奉台上,艺术品的目的就在于展示自身之美。艺术脱离生活世界而变成自由的纯美的存在乃是一个漫长社会演变过程的结果,那种对艺术之美本身的热爱与渴望的觉醒起因于近代社会结构的深刻变化和财富的巨大增长,艺术只是在近代资产阶级社会才有可能成为—个自主的领域,人们第一次以审美的眼光来审视艺术家的活动,与此同时,艺术作品也开始散发着精神的光辉和秘奥的意义。人类对于美的意识曾经与其世界观是统一的,古代观念把美看作是整个世界和事物本身的一种自在的完美性,而把艺术之美看作是对完美世界的补充和完善化,艺术的本质在于用它所具有的美来装点生活世界中被选定的形式;现在,它有了自己的目的和逻辑。艺术作品构成了它自己的封闭世界,纯粹审美意识是这个世界的中心,从这个中心出发,一切被视为艺术的东西衡量着自身。

与审美经验论相比,艺术自主性这一美学教条从另一个方向使艺术处于危险的境地。从艺术的社会实用功能到艺术品作为为自身而存在的精神实体,这一转变无疑标志着艺术的社会地位的提高,突出了艺术的严肃性,也强化了艺术固有的疏离现实倾向。艺术自律使艺术从生活世界中超拔出来,规定了艺术对其自身形式的反思性关系,坚信艺术可以按照—种与其社会性不同的自身规律而存在。近代文艺美学的艺术反思,强调了艺术在形式领域与现实世界的对立关系,“有意味的形式”使艺术成为自在自为的世界,从而在更高的范畴内为艺术提供了一座神圣的殿堂。现在我们明白,艺术脱离社会实际性内容所依赖的那些形式规律的稳固性,最终证明都是派生于内容、并且经过了一系列历史性的中介环节又重新积淀于内容的。按照阿多诺对艺术自主性的深刻揭露,艺术想方设法摆脱外在目的的支配,其实艺术的自律性正是社会支配作用的内化形式,艺术试图以其精神上的纯粹性和崇高性构成对社会的反压制,这恰恰证明了“支配作用永存于艺术”这一真理。从艺术的社会本性来说,与现实世界的否定性联系使艺术的先验维度和形式之美成为可能。严重的问题在于,文艺美学将艺术放在高踞社会之上的纯粹形式领域,这种思想使艺术处于危险的境地,因为切断了艺术与社会现实的否定性联系之后,艺术作品就失去了其基于现实的批判性与超越性契机,艺术的可见之美变成了纯粹的形式之美。这种无内容的纯形式是什么呢?阿多诺告诉我们:“这种自律性本身除了存留着商品的拜物特性之外别无它物。”(阿多诺,第30页)由于悬搁了艺术与社会实际性联系,所谓艺术的纯形式只能表现为将艺术作品自身当作—种崇拜物,不能进入对先验之美的更高层面的反思,只能停留在艺术作为人工制品的经验之美的实体性上。因此,所谓艺术的纯形式就是艺术的肉身。艺术的自主性因其不符合艺术的社会本性而变成了艺术的拜物教,从而导致艺术的危机。从艺术史来验证,18至19世纪是艺术取得自主性的时代,18世纪对天才的崇拜,19世纪的浪漫主义和“为艺术而艺术”思潮,都强有力地推动了把艺术视为纯粹精神性形式性殿堂和美学唯一立足点的观念,也正是在这个时期,肇始于中世纪基督教的西方艺术传统开始走向衰朽,并为从20世纪至今的晚期资本主义时代艺术的彻底衰落敲响了钟声。根据克莱夫·贝尔对艺术史的研判,18和19世纪建立了优美艺术的规范,艺术家们普遍追求“准确地描摹漂亮和雅致的东西”,这恰好标志着“普遍的无创造力和不具有发现审美特性的能力”,“除去几个零落的艺术家和个别的业余艺术工作者之外,你可以这样说,在19世纪中叶,艺术就已经不存在了”。(贝尔,第119、131页)作为艺术衰落的内在根源之一,艺术自主性是一个总体性的社会现象:失去了与社会的否定性联结,不仅艺术家丧失了抓住先验之美的能

力,同时也耽搁了通过艺术向全社会开放先验之美的政治使命。其结果是,整个社会都沉迷于艺术所带来的经验之美和感性之乐,社会成为推动艺术走向衰落的力量,衰落不仅表现为艺术家只知道画漂亮东西,而且表现为全社会对艺术品的拜物教式的追捧。克莱夫·贝尔在他的《艺术》一书中对盛行于世的艺术品收藏和艺术品鉴定进行了尖锐的批判,称其为人们从文艺复兴运动继承下来的两种可怕毛病,其实那正是艺术自主性的美学禁忌所留下的不良遗产:“那种对于稀有物品的占有欲,不是什么别的东西,而是当文明变得衰老而且快要进入坟墓的时刻发展起来的弊端,它是腐朽的。”(贝尔,第111-112页)从而再次证明了卢梭的预判:在失去与艺术本身之本质联系的情况下,艺术品作为鉴赏把玩的漂亮东西终将变成一种败坏人性水准和社会风气的“坏的社会性”。

### 三、审美资本主义与美学的新转向

艺术的现代性辩证法在于,资本主义使艺术变成一个自主性的领域,然后又亲手打破这一自主性幻觉,使艺术在一种异化的意义上重新回归了它的社会性。在宗教形而上学占主导的旧时代,艺术与社会的一致性表现为艺术的政治与宗教教化功能。艺术的原初本质是可见之美对不可见之美的象征,艺术的原初功能是教育和教化,即通过艺术作品的可见之美去帮助人们认识到那更高的超越性存在之域的不可见之美,在这一意义上,艺术是通向更高的美与和谐的一条道路。宗教形而上学时代的衰落使艺术的本质发生裂变,艺术自主性的幻觉不能长久保持,艺术对于社会的关系不再保持为一种先验的否定性的联结,而是转化为一种经验性的肯定性的联结,即艺术不再作为对现实的距离感和自由的超越意识,而是变成资本主义经验现实的审美要素和组成部分。现代性意味着人们放弃对永恒超验目标的宗教形而上学追求,代之以即时的欲望和快感的满足,奢侈与享乐成为资本主义的内在动力。在这里,资本主义重新发现了艺术的社会性,即艺术具有社会契约作用,它创造了一种集体感受性,用社会性的集体感受替代原初的、自然的个人感受,伟大艺术家将人类的感觉和想象普遍化、社会化,在个人身上烙下集体感受性的共同印记,让个人从属于共同体。随着社会从生产社会变成消费社会,人们的需求超出直接物质的使用层面而转向主观感受的审美层面,艺术那种明显位于生存需求之外的无用性,却证明它正是能够满足人们更高级、更复杂需要和消费欲望的有用之物,因为艺术产生的经验之美直接具有改变生活方式、塑造生活风格、引领生活时尚的作用,因而对生产和消费可以产生决定性的影响力,市场也证明了对于美的欲求和消费所产生的产值超出普通物质供需关系所产生的产值,这意味着资本主义经济必须从艺术中汲取灵感和动力,把艺术的要素引入工业生产领域,实现艺术的工业化和工业的审美化。这就是这个时代资本主义经济发生的一个重要变化:工业资本主义变成了“审美资本主义”,将艺术的魅力灌注于工业品的生产中,通过工业来回应公众的审美需求和消费,使公众对美的感受性不再针对专属的艺术作品,而是针对审美化的工业产品。我们不禁要问,这符合马克思所设想的作为文明进步的经济与社会审美化吗?答案无疑是否定的。对于美学和艺术批判来说,审美资本主义作为文化工业的升级版,在更大的范围内和深度上实现着文化工业对于艺术本质和人性本质的双重改造工程,从而成为艺术走向衰落的更为极致的表现形式。

艺术的本质是劳动的创造性而非消费性,创造在纯粹主观性的自我表达中生产出客观精神的质量、深度和独特性,使艺术作品原则上避免一切重复性和可预测性因素,在艺术领域对美的感受也是完全属于个人的而非公共的。在这个意义上,艺术中的创造及其美感被认为与经济的财富生产活动完全无关,尽管它可能起源于道德性、政治性和宗教性等其他领域。但另一方面,艺术本身的经验之美所提供的超出普通需要的更高满足展开了人类需求的新平面,艺术的社会性使这种美感满足能够以集体的方式被占有,变成一种集体主观性和集体感受性,审美品位的取得很大程度上来自模仿别人。晚

期资本主义的创新模式和审美变革在很大程度上模仿和移植了艺术中的这种创造模式及其美感资源,使资本主义获得了不同于传统经济学的一种新解释,即资本主义价值增值的秘密发生于市场之外,价值不是在生产者的重复性劳动中产生,而是在消费者的集体感受性的创新中产生,左右这种集体感受性的审美品味成为经济生活的拱顶石,由此资本主义的本质从供需关系的市场策划变成了一种精神科学。资本主义的新发现是,由模仿艺术鉴赏力而来的审美消费品味是一种特殊生产要素,能够创造比有形物质商品更高的无形价值和符号价值,控制这种审美品味的能力直接等于价值创造的能力。这一发现启动了艺术创造参与资本主义经济创造的历史过程。后福特主义企业结构体现了明确的审美原则,对审美感受性的研究成为企业的重要领地:“后福特时期的企业不再将其生产财富的精力集中在工厂劳动上,工厂被弃置到世界的边缘,而是将精力集中在商品的构思以及公众的接受上,客户群被视为整个企业唯一的财富。”(阿苏利,第165-166页)工业的审美变革对艺术的本质产生了重大影响,艺术之美必须在最寻常的日常消费中实现自己的理想,消费的审美品味变得高贵并吸引了知识分子的注意,反过来艺术的高贵性却变成平庸,因为消费者是美的最高评判者,所有的审美体验都是平等的,让人愉悦是审美价值的第一原则,关于艺术美的本质的原有问题变得失去意义。艺术的工业演绎迫使艺术放弃其原初性的目标,比如对创造的苛求,生产不朽作品的努力,风格、流派和盛誉形成的漫长过程,通过对感受性、情感和理论理性的整合构建精神的统一性和整体性,以及通过长久的学习时间和复杂冗长规则的重量来获得真正的审美鉴赏力,等等。“艺术中没有了规则,为各种各样的作品和艺术准则的增生铺平了道路,使这些作品之后可纳入工业领域。”(同上,第81页)

艺术的社会性取决于富有人道的社会,当社会变得日益缺乏人性,艺术也会随之变得失去社会性。审美资本主义是一项降低人性标准的社会系统工程,其核心议题是把审美品味由精英主义变成大众享乐主义,把整个社会变成渴望享乐的消费者大众。审美资本主义的典型特征是重视大众,同时通过审美消费来改造大众,在这里,个人获得了真正的解放,每个人的感受性都受到重视并得到了解放,每个人都能够自由选择自我并通过消费来实现自我,获得承认。人们说资本主义已经由以压迫为动力的社会变成了一个以享乐为动力的社会,但社会的压迫性结构依然存在,不过现在的压迫不是马克思所批判的外在的阶级与国家的压迫,而是马克思曾经谈到过的另一种压迫,即公众对自己实施的自我压迫:每个人都成为自己欲望和感受性的奴隶。马克思所指示的资本逻辑并未失效,但作为人性下降的政治后果,资本与大众的关系确实发生了重大变化,资本逻辑与大众需求互相构成、互为依托,从而使马克思的阶级对立逻辑失效,也使艺术的衰落和艺术社会性的丧失成为不可避免的。勒高夫早就发现,对可感知实体的偏爱从来就是“作为无知者特征”的大众倾向,正如对抽象事物的喜爱是知识阶层的特权。(参见勒高夫,第373页)审美资本主义是资本的赢利本性与大众的审美享乐欲望的完美结合。消费社会的形式主体是大众,实际主体却是资本,它是大众消费背后的那只“看不见的手”,通过控制集体感受性和审美品味牢牢控制着每个消费者和整个消费市场。在这一机制下,审美资本主义实际上严重破坏了对美好事物的感受性。原初意义的艺术美感产生于自由的距离感、无功利的愉悦、本乎规则而又超乎规则的新意以及复杂的精雕细琢等等。按照法国社会学开创者塔尔德的更为深刻的理解,艺术作品所回应的美感并不在于表达新奇的内容和稍纵即逝的印象,也不在于发明奇异的群体和幻想的场景,而是表现旧物之美,即通过欣赏相同事物的不同之处,在“不断涌现差异的重复中”培养起对事物本质的感受力。(参见塔尔德,第252-253页)

而审美工业为了在产品的美感魅力与消费市场之间建立起直接的因果联系,其核心战略就是使消费者的审美品味标准化和简单化,当代资本主义工业的产品设计、品牌打造、广告宣传和市场营销无不服务于这一目标。20世纪初福特汽车的大批量生产是审美品味标准化的最早的实验,或者用福特本人的话来解释:“我们使消费者标准化了”。福特汽车没有去迎合差异性的个别审美品位,而是用其附加的精神



价值满足了整个民族对于自由和移动的渴望。从人性改造的深层意义上,这个事例证明了所谓审美资本主义意味着把人对美的感受性改造成与消费市场相关的需要和欲望,不是被动地满足客户的某种需要,而是通过改变人的感觉与个性来创造新的需要和欲望。审美消费的品味不仅是标准化的和同质化的,而且是不稳定的和变化无常的,审美工业的另一特征是将持久的消费转变成短暂的消费,并将其具体实现在时尚和生活风格的多变性中。时尚就是客户群品位的高频变化:各种品味相继而来又接踵而去,喜欢变成厌恶,反之亦然。作为艺术之工业演绎的典型形式,时尚是一种以毁灭为本质的消费方式,时尚的短时性让一件商品的风格成为消费的动机,而风格就是“使个人生活的活动的内容融入一种大多数人都能够达到并分享的形式中。”(阿苏利,第102页)风格必须被集体接受,而且必须是短暂的、易变的。比如汽车生产过程的美学风格就是款式的不断更新,通过为产品注入差异来创造对旧款的不满足感,并通过对他人的品味的检验来强化对新风格的欲求。按照里尔克的美学观点,本来意义上人们对物品的接受和消费是一个长时间的过程,只有以这种长时段经验为基础,才能形成对一切美好事物的感受性,这表明艺术的本质在人性中有其必然的根据。从真正的艺术经验到审美性消费的时尚与风格,审美资本主义把人性中通过艺术来表现的自由的个性改造成消费大众特有的同质化的中庸品质,使艺术从根本上失去其人性根基。

审美资本主义带来的美学问题在很多方面超出了马克思的批判和想象。马克思的革命纲领极为重视感性的解放,使感觉成为人的感觉,“眼睛变成人的眼睛”,被他视为人性和人的本质得到解放的标志,据此提出对美的感受性应该优先于所有权,未来社会的人们将用精神性的美感享受来超越资本主义的物化现实。然而,马克思过高地估计了现代人的人性水平,没有预料到昔日的工人阶级已经变成今天的消费大众,不仅失去了革命性,而且变成资本主义的社会基础;他更不曾想到感受性的解放非但没有成为超越资本主义的契机,反而通过把审美变成消费对象而实现了资本主义的升级和新发展。但审美性消费作为对美感的工业演绎并没有颠覆财产权的统治力,知识产权的发明为非实体性消费设置了门槛,使审美愉悦感的获得像有形商品一样变成有利可图的,财产权的逻辑不曾被超越,反而通过对感受性的截获扩展为审美资本主义的新平面。这证明了马克思对资产阶级财产权的经典批判仍然具有不朽的效力。审美资本主义彻底剥夺了艺术的社会性和政治性,把艺术的政治教化功能变成艺术的商业开发功能,使艺术沦为资本主义经验现实的肯定性要素。艺术的衰落宣告了传统文艺美学的失败,同时也预示了美学获得转向的理论契机,这就是:艺术之社会本质的先验重建如何可能?这一课题需要在马克思政治美学的新平台上展开,对此我将另文讨论。

#### 参考文献

- 阿多诺,1999年:《美学理论》,王柯平译,四川人民出版社。
- 阿多诺、霍克海默,2006年:《启蒙辩证法》,渠敬东、曹卫东译,上海世纪出版集团。
- 阿苏利,2013年:《审美资本主义》,黄琰译,华东师范大学出版社。
- 贝尔,1984年:《艺术》,周金环、马钟元译,中国文联出版公司。
- 本雅明,2002年:《机械复制时代的艺术作品》,王才勇译,中国城市出版社。
- 杜威,2010年:《艺术即经验》,高建平译,商务印书馆。
- 黑格尔,2009年:《美学》第一卷,朱光潜译,商务印书馆。
- 勒高夫,2011年:《中世纪文明》,徐家玲译,世纪出版集团格致出版社。
- 塔尔德,2008年:《模仿律》,何道宽译,中国人民大学出版社。

(作者单位:吉林大学哲学基础理论研究中心暨吉林大学哲学社会学院)

责任编辑:黄慧珍