

“气氛美学”知识生产的“狐狸模式”探赜

肖伟胜

摘要 伯梅气氛美学作为一种当代涌现的新兴美学理论，其知识生产具有典型“狐狸模式”特征。这种特征主要表现为四个方面，一是基于当前情势的现实关切和人文情怀，二是跨学科的协作性，三是鲜明的实践性品格，四是强烈的社会批判性。社会批判性是贯穿伯梅气氛美学理论知识建构中的精魂，这种美学理论通过充分发挥自身的批判潜力，从而洞穿了当前审美资本主义的意识形态诡计，让大众从气氛营造的消费幻象中解放出来，进而在与气氛的游戏性交往中通向人类真正的自由。

关键词 伯梅 气氛美学 知识生产 狐狸模式 社会批判

作者肖伟胜，四川大学文学与新闻学院教授（四川成都 610064）。

中图分类号 B83

文献标识码 A

文章编号 0439-8041(2026)06-0148-10

从日本学者立野良介《城市、气氛与自然——论格尔诺特·伯梅的环境美学》一文被正式译介到中国学界以来^①，当代德国著名美学家格诺德·伯梅（Gernot Böhme）（也译成“格诺特·波默”）的“气氛美学”历经十多年的相继引介、消化吸收和不断深化^②，或许是因其品格与华夏美学有着天然的亲缘性，近些年呈现出了迅猛衍生的蓬勃态势。从知网上以“气氛美学”为主题词搜索到近百篇的论文量，便可见一斑。从“气氛美学”的跨语际旅行路线来看，它从源发地德国启程，逐渐散播到了欧美、日本和中国，俨然成了当前最具影响力的前沿美学理论之一。从当前美学发展的繁荣局面来看，不管是“气氛美学”还是环境美学、生活美学、身体美学以及显现美学，抑或是物感美学、介入美学等等，这些晚近涌现出来的新美学样态已然挣脱了传统美学拘囿于艺术哲学的牢笼，其致思路径从认识论模式转向了存在论探究，那种追求自圆其说知识体系的构想也已遭到了抛弃。很显然，当下美学的内容已从体系建构转向对当下急迫问题的探讨，美国学者彼得·基维将这种变化称之为由刺猬向狐狸的转变。在他看来，刺猬知道一件大事，狐狸知道一件小事。基维实际上是用刺猬理论来表征那种关于艺术的普遍理论，这种传统的美学理论以宏大风格见长，涵盖了艺术的所有领域。毋庸置疑，黑格尔的美学就是这种刺猬理论的典型，而距离我们最近的刺猬理论是丹托的美学。用他的话说：“我们正进入对美的艺术进行哲学探索的新时期。倘若丹托的时代是刺猬的时代，它只知道一件大事，那么我们现在正进入一个狐狸的时代，它知道很多小事。”^③ 与刺猬大包大揽的雄心不同，狐狸的野心

① 立野良介：《城市、气氛与自然——论格尔诺特·伯梅的环境美学》，杨庆芳译，雷礼锡校，《襄樊学院学报》2010年第7期。我们将立野良介这篇论文作为伯梅“气氛美学”最早正式进入中国学界的标志，个中原因在于虽然彭锋《在争论中发展的当代美学》一文的发表要早于此篇，但作者在文中并没有直接提到“气氛美学”，所征引的文献也只是伯梅对审美经济批判的一篇文章，参见彭锋：《在争论中发展的当代美学》，《哲学动态》2009年第4期。

② 程赞和欧阳丹对这一译介过程均进行了较为详尽的梳理，本文不再赘述。参见程赞：《现象学视阈下的气氛美学研究》，西南大学博士学位论文，2022年；欧阳丹：《格诺特·波默气氛美学研究》，西北师范大学硕士学位论文，2022年。

③ 诺埃尔·卡罗尔：《超越美学》，李媛媛译，高建平校，北京：商务印书馆，2006年，“前言”第i页。

要小得多，他们只研究身边切近的小事。基维称之为小狐狸。在过去半个世纪，美学领域充满着这种小狐狸，他们往往只聚焦于耕耘其中一块特别适合发挥自己才能的狭小领地，并由此成为该领域的专家。不过，基维提醒我们绝不应该轻视这些小狐狸，因为倘若他们知道的不只是一件小事而是很多小事，那么小狐狸就会变成大狐狸；如果这些小事是重要的、核心的事，他就会像刺猬一样成为整个学科的主人。^① 依此说来，20世纪90年代提出“气氛美学”的伯梅也只能归入狐狸之列了。那么接下来，我们不妨看看这只德国“狐狸”是如何发挥自己的睿智才情，通过洞悉身边切近的“小事”即“气氛活动”，从而构建起他的“新美学”的。

—

基维认为今日之美学已从刺猬理论转向狐狸理论。如果依照迈克尔·吉朋斯（Michael Gibbons）等人在《新的知识生产：当代社会中科学和研究的动态性》一书中对两种社会知识生产模式的划分来看，“刺猬模式”其实代表以建立理论体系为目标的传统知识生产方式，而当今的“狐狸模式”则是以解决问题为旨归的新的知识生产方式。^② 与此相应，基于“狐狸模式”之上的美学就应该围绕着人们当下面临的审美困惑和艺术难题而展开，从而朝向广阔无垠的生活世界敞开大门。如此这般的美学研究不再寻求在知识体系中占据一个独立自足的领域，也就必然从单一的学科走向跨学科的协作。伯梅的“气氛美学”从酝酿、衍生到最终形成，可以说是一种典型的“狐狸模式”美学理论。对于伯梅“气氛美学”的发生和发展历程，最早可追溯到1989年发表的《朝向一种生态自然美学》，在这篇论文中，他首次将“气氛”概念引入美学之中。^③ 随后他相继发表了《自然化的自然——关于超越其技术上的可复制性的自然》（1992）、《气氛——新美学论集》（1995）、《从新视点看康德的判断力批判》（1999）、《感知学：普通感知理论的美学讲稿》（2001），以及《建筑与气氛》（2006）等，在这一系列论著中，伯梅将美理解为“气氛”或者“某种气氛性的东西”。可以说，在过去近40年里，他致力于建立和发展气氛概念，首先将它融入自然生态美学之中，然后更是将气氛主题化为他整体美学的一个重要部分。20世纪90年代初期，气氛概念成为他提倡和建构“新美学”的试金石，用伯梅自己的话说，“这样一来，最初应当只是带来一种真正生态美学即带来人类环境美学的气氛概念，就变成了一般美学的核心概念”。^④ “气氛美学”作为典型的“狐狸模式”美学理论，如果从知识生产方式来看，它相较于传统美学理论而言，至少表现出以下几个方面的新特点。

首先，基于当下情势的现实关切和人文情怀。伯梅在《气氛美学》一书的前言中，首先非常郑重地声明，正在形成的新美学即他的气氛美学并不是首先起源于传统的美学和艺术领域，而是来自外部的急迫情势。在他看来的“外部”，一方面是指现实的美学化，也就是日常生活、政治和经济等领域正在推进的审美化。对于这个现象有很多不同的表达，比如新媒体或体验社会，或是通过拟像替代现实生活。现实的审美化简单来说就是审美上的修饰和加工，采用伯梅的专业术语即排演。^⑤ 另一方面是指人类生存环境的日益恶化，气氛美学正是被严重的环境问题所触发而产生，这种新美学试图重新调适人与环境的关系。伯梅认为，在我们时代的人类环境美学应该带有这样的任务，即重新恢复和重新自然化那些已经被工业、交通破坏的自然风景，也就是重新激活自然可供的生态力和亲和性，用他自己的话说，“在那里，被毁坏的自然应该重新恢复，让它更加合乎人道”。^⑥ 诚然，气氛美学的衍生不仅有着外部情势的逼促，同样也有来自“内部”即艺术领域所发生的急剧变动，“如果我们借此强调新美学得感谢一个来自外部的冲击，那么也必须指出的是，传统美学因现代艺术的迅猛发展早就失衡了”。^⑦ 在伯梅看来，随着抽象的、无对象的艺术和单色图像的涌现，导致模仿和符号意义上的图像概念的消解，面对像巴内特·纽曼（Barnett Newman）的抽象画、詹姆斯·特瑞尔（James

① 诺埃尔·卡罗尔：《超越美学》，李媛媛译，高建平校，“前言”第i-ii页。

② 彭锋：《在争论中发展的当代美学》，《哲学动态》2009年第4期。

③ Gernot Böhme, *The Aesthetics of Atmospheres*, Jean-Paul Thibaud (ed.), London: Routledge, 2017, p. 1.

④⑦ 格诺特·波默：《气氛美学》，贾红雨译，北京：中国社会科学出版社，2018年，“中文版前言”第5—6页，“前言：新美学？”第2页。

⑤⑥ 格诺特·柏梅：《感知学：普通感知理论的美学讲稿》，韩子仲译，北京：商务印书馆，2021年，第15—16、198页。

Turrell) 无对象的灯光艺术和阿诺德·勋伯格 (Arnold Schönberg) 的无调性音乐等之类的现代主义艺术品, 如果仍然抱持着传统的美学观念, 运用那些陈旧过时的范畴、概念去进行品鉴, 那无异于方枘圆凿, 根本不敷胜任。面对现代艺术已然发生的新局面, 伯梅认为早就应该迫使狭义的, 即被理解为艺术品理论的美学做出概念上的革新, 气氛美学无疑就是他在此方向所做的革新尝试。

此外, 气氛美学的构想源于伯梅最初的自然美学之路, 但他的自然美学的起点并非一种纯粹的自然关切, 而是在人类环境这种意义上的自然视角之下的生态学批判。从这种批判性态度立场中, 不难发现伯梅身上凸显出来的强烈人文主义情怀。正是在这种浓厚的人文情怀驱使下, 为了研究作为人类环境的自然, 他果敢地废除了自然科学生态学中的“生态系统”概念, 发展出了“生态构造”这个具有浓厚人文色彩的概念。在他看来, 生态构造和生态系统的区别在于, 生态构造的边界是通过社会、法权和经济学方面的各种条件来规定的, 也就是说, 它并非只是通过自然的构成成分之间的内在关联来规定的。因而, 一个生态构造并非只是通过自然的序列来形成, 而必然是由人的劳动所制造出来, 其目标同样也通过社会来加以规定。^① 这种围绕着人为环境而展开的生态学批判就与深层生态学的价值诉求区别开来, 后者倡导生物中心主义或生态中心主义, 主张整个星球、生物圈、盖娅系统是一个统一的整体, 居于其中的每个生命存在都有着平等的内在价值。这种伸张生态至上的深层生态学, 甚至不惜破坏、损害人类正常生产和生活行为, 全盘否定人类中心主义。伯梅则不以为然, 他在一次访谈中多次强调自己的美学是一种主体性的认知理论: “什么叫主体性? 主体性也是情感遭遇。我可以情感性地遭遇到某物, 而不意识到该物。”^② 因此, 他认为气氛美学并不涉及事物是怎样的, 而是, 在事物面前我如何感受。伯梅把自己的新美学建立在人类学即人的处身存在基础之上, 具有认识论意义上的人类中心主义的典型特征, 与带有生态法西斯主义色彩的深层生态学的生物中心主义形成了鲜明对比。^③

二

其次, 跨学科的协作性。由于气氛美学的创构是基于日常生活审美化、自然环境的恶化和现代艺术引发的审美困惑等诸多疑难, 伯梅为了从美学角度来解决这些当下的症结问题, 他不但没有像小狐狸那样只关心一件小事, 眼光单聚焦于一个问题, 而是关切身边很多小事, 而且这些小事是人类生活中重要的、核心的事。因此在他对气氛概念持续近 40 年的探究中, 可以说积极调动各部门学科的资源, 充分发挥跨学科的协同效应, 最终展现出了大狐狸的格局气象, 如今他像刺猬一样成了美学这一学科的主人。作为德国达姆施塔特工业大学的哲学教授, 伯梅的研究兴趣横跨科学哲学、时间理论、哲学人类学、美学和伦理学等众多领域。他一方面利用那些来自自然科学、新现象学和社会批判理论的思想资源, 同时结合柏拉图的摹仿理论、亚里士多德的诗学和康德的审美判断力等美学理论, 将这些异质性知识熔铸一炉孕育出了气氛美学。这种具有综合性和前沿性特征的“新美学”, 自诞生伊始就显示出了巨大的理论批评潜力, 这无疑要归功于伯梅跨学科的宏观视野, 对身边生活的敏锐洞察力, 以及善于充分利用各学科的协同效应。

自然美学可以说是伯梅气氛美学发轫的前哨, 他不满足于自然科学生态学对人类环境那种纯粹自然的关切, 而转向于谋求一种“社会自然科学”, 用他自己的话说, 我们研究作为人类环境的自然, 不仅通过自然科学的诸概念, 也通过社会科学的诸概念。^④ 于是, 他将“生态”概念引入自然美学中, 提出了生态自然美学 (Ökologische Naturästhetik) 这一新概念。至于气氛美学中的核心概念“气氛”, 伯梅曾多次声称该概念一方面受到赫尔曼·施密茨 (Hermann Schmitz) 新现象学的启发, 而另一个重要灵感源头则来自德国精神病学家胡伯特·特伦巴赫 (Hubertus Tellenbach)。他在《味道和气氛》(Taste and Atmosphere) 一书中提到这样的现象, 比如狗、猫之类的动物都能感知到巢穴的味道, 不过它们只有感知到某种特定的气味, 才感到自己在家。以

①④ 格诺特·波默:《气氛美学》, 贾红雨译, “中文版前言”第 2 页。

② 格诺特·伯梅、杨震:《伯梅气氛美学访谈录》, 《外国美学》第 31 辑, 2019 年。

③ 戴斯·贾丁斯:《环境伦理学》, 林官明、杨爱民译, 北京: 北京大学出版社, 2002 年, 第 160 页。

此来推测人类，也应该如此。对于新生儿和小孩来说，嗅觉感知是他们同世界建立的最初联系。在闻嗅和呼吸之间，孩子感到与母亲是同一的，身处舒适的位置并有安全感。^① 气氛对特伦巴赫来说只是一个生理学事实，不过伯梅倒是从这种生理行为中受到了启发，并专门写了一篇题为《气味和气氛》的文章。他将动物的气味问题延伸到人类社会，谈到了一个城市的气氛，谈到了柏林闻起来是什么味，巴黎闻起来是什么味，“在昔日的巴黎，地铁蕴含着特别的气息。倘若在去巴黎的地铁上，恰逢我闭目小憩，我不用看，就能从这气息里猜出到哪儿了”。^② 另外在访谈中，伯梅还谈到了他是经由雅克布·伯梅才发现气味问题的，后者关于气味的看法对他同样产生了重要影响。^③ 由于伯梅的气氛概念来自研究动物如何行事，也就是它涉及行为研究意义上的“自然科学”，这就与施密茨的气氛概念区别开来。伯梅认为施密茨无疑是经由德国神学家鲁道夫·奥托（Rudolf Otto）才获得气氛这个概念的，后者根据拉丁语 *numen* 自铸了一个新词即 *numinous*（“神秘的”），来重新命名宗教领域“神圣”观念中被遮蔽的非理性因素。^④ 施密茨将这种非理性的“神秘”现象转化身体现象学的情感震动（*affective Betroffenheit*），自那以后，气氛就成了摄人的情动力。在谈及他们俩的气氛概念有所不同时，伯梅是这样说的：“这是我跟施密茨的差异。施密茨在涉及自然的问题上无所作为。自然对于他无关紧要。”^⑤ 由此不难看出，正是因为伯梅往返穿梭于生物学、神学、现象学、建筑学和美学等众多学科领域，同时结合自己的切身体验和感受，才创造性地将“气氛”概念提炼出来并加以审美主题化，最终发展成了一种具有普适性的美学原理。

从上述两点不难看出，气氛美学作为一种典型“狐狸模式”美学理论，其知识生产方式已凸显出与传统美学迥然不同的特点。首先，这种小叙事模式下的美学知识生产，与传统那种单凭学术兴趣追求象牙塔式的纯粹科学知识不同，它往往是奔着当下某个亟待解决的问题而来，因而其知识生产就针对某个具体的应用目标。如此这般的美学研究直面当下纷繁复杂的众多问题，相应地自然会构想出针对解决这些问题的不同审美方案和策略。在此情形下，如今各种新兴美学样态不断涌现出来，这些新美学把触角从艺术领域延展到了自然和日常生活，国际美学界也打破了过去较长时间的沉寂而迎来了百家争鸣的繁荣局面。其次，当前这些纷繁多样的“新美学”理论正在同诸多学科一道，企图去解决今天这个审美化时代可能出现的诸多问题，不仅有艺术上的问题，而且有社会层面的问题。在这种不再追求自律性而与整个社会密切相关的美学研究中，跨学科的协作理当是其中应有之义。恰如英国学者乔·莫兰所言，“跨学科研究与认识论——对知识本身的研究——相互关联，它们往往都聚焦于现有学科无法应对或解决的问题上，而不是寻求一个包罗万象的综合”。^⑥ 也正如我们从气氛美学的衍生中看到的，如今美学的探索已远远超出了艺术范畴，进入到阿诺德·柏林特（Arnold Berleant）称之为社会美学的领域，它关涉伦理、社会和政治价值。^⑦ 很显然，捎带上“社会美学”面容的气氛美学在内容上不再拘囿于狭窄的艺术，而是涵纳了广阔的自然和日常生活，如此这般的美学必定丧失掉它作为一门仅仅关于艺术的学科的特征，而成为一条理解现实世界更广泛、也更普遍的路径。德国哲学家沃尔夫冈·韦尔施对此指出：“这导致审美思维在今天变得举足轻重起来，美学这门学科的结构，便也亟待改变，以使它成为一门超越传统美学的美学，将‘美学’的方方面面全部囊括进来，诸如日常生活、科学、政治、艺术、伦理学等等。”^⑧ 在构建关切如此多面向的气氛美学时，伯梅开展的跨学科协作必然会突破学院之内的学科合作模式，而走向一种更广泛的跨学科、跨部门的团队合作，广告公司、健身机构，甚至政府部门的智囊团、社区服务组织等，都可以成为合作伙伴。为此，2005年他领衔专门成立了达姆施塔特实践哲学研究所。

① 格诺特·伯梅：《气味与气氛》，姜雪译，《外国美学》第29辑，2018年。

② 立野良介：《城市、气氛与自然——论格诺特·伯梅的环境美学》，杨庆芳译，雷礼锡校，《襄樊学院学报》2010年第7期。

③⑤ 格诺特·伯梅、杨震：《伯梅气氛美学访谈录》，《外国美学》第31辑，2019年。

④ 鲁道夫·奥托：《论“神圣”》，成穷、周邦宪译，王作虹校，成都：四川人民出版社，1995年，“中译者序”第3—4页。

⑥ 乔·莫兰：《跨学科：人文学科的诞生、危机与未来》，陈后亮、宁艺阳译，南京：南京大学出版社，2023年，第16页。

⑦ Arnold Berleant, *Sensibility and Sense: The Aesthetic Transformation of the Human World*, St Andrews: Andrews UK Limited, 2011, p. 7.

⑧ 沃尔夫冈·韦尔施：《重构美学》，陆扬、张岩冰译，上海：上海译文出版社，2002年，“序”第1页。

三

第三，鲜明的实践性品格。伯梅的气氛美学作为“一门超越传统美学的美学”，实际上不只限于研究内容上的扩充，更在于它要介入和改造社会现实，用他自己的话说，“美学不仅仅涉及对‘是什么’做出认识，而且对事物进行塑造”。^①事实上，这种实践性诉求在他早期的生态美学中已有所体现，伯梅在面对一个自然不断遭到破坏的时代时，主张一种符合该时代的自然美学不能再去预设自由的自然，它应该遵循这样一种发展，即从自然观念发展到对普遍的、人道的环境的塑造（Gestaltung）。^②也就是说，重要的是按照人性的方式塑造环境，而不是仅仅去感知。为此，他把审美工作视为构建新美学不可或缺的一环，艺术活动也被看作是一项审美性的工作。“如果去细数审美工作的各个部门，我们就会看到，审美工作构成了整个社会工作的一个宽广领域。属于这个领域的有：设计、舞台布景、广告、音乐气氛的营造（音响布置）、化妆、室内设计——当然，还有本来的艺术的整个领域。”^③在伯梅看来，美学过去常常被当作是精英们的事情，它建立一种高高在上的艺术标准，将大众审美拒之门外，宣扬审美的独立性和纯粹性，这样一来，传统美学一方面居高临下地将设计、工艺美术、畸趣（Kitsch）艺术品和文化工业贬斥为基本上毫无水准、既不真也不可信的东西，同时通过抵制当前生活和世界的审美化洪流而给真正艺术筑起了一道护卫高墙。^④与之相反，伯梅构想的气氛美学暂时性地悬置了这类性质评判和指责，主张所有的审美工作一律平等，对于“气氛美学”来说，审美工作就是气氛的营造工作，“我们的目的是要通过对象加工而去制造气氛。审美工作到处都能找到。它划分成众多的职业部门，并在总体上推动着日益增长着的实在审美化”。^⑤从这个角度来看，气氛既与感知有关，也与制作（poiesis）有关，正是在对气氛的制作活动中，见证了气氛作为一种理念的运作力量，以及它形塑和参与世界的能力。^⑥不过，伯梅所说的“制造”，不是对某“物”的制造，而是一种设计，一种布置，是对气氛赖以出场的诸多“条件”的安排。用他自己的话来说，“制造活动的独特特征——指的并不是那种本来意义上的物的生产，而是就其设立现象的显现条件而言的”。^⑦如此这般，美学就从历史上的“接受美学”，即只考虑主体意识、态度与感受，而不考虑物的作用的美学思路，转变为同时也是一种“制造美学”，即审美经验（气氛）是可以制造的美学路径，如此看来，即便经典艺术，也只是制造审美经验的一种方式。在伯梅眼里，美学本应包括认识理论和审美实践两个部分。^⑧

从前面知道，气氛美学的知识生产表现出一种典型的“狐狸模式”，也就是它往往围绕着某个切身的审美疑难问题，有着针对某个具体的应用目标的指向，导致这样的知识生产呈现出了鲜明的实践性品格。伯梅发现蕴含在各种审美工作中的知识通常是隐含的，是静默无言的知识。这种涉及手工艺方面的实践性知识，其实就是英国哲学家迈克尔·波兰尼（Michael Polanyi）所说的“意会知识”（tacit knowledge）。后者将人类知识划分为两种，一种是诸如书面文字、地图或者数学公式所展示出来的较为精确的知识，他将这类大家熟悉的一般知识称为言传知识（explicit knowledge）；另一种形式的人类知识是不可言传的，比如我们在实施某种行动之时怀有的关于行动对象的知识，他称之为意会知识。^⑨他还用形象的比喻来进一步凸显两种知识之间的对比差异：“前语言知识犹如广阔黑暗围罩着的一小块光亮地带，那是一块因不加批判地接受由感觉得出的非理性结论而被照亮的地带；言传知识则好比宇宙全景（panorama）——在批判性反思之下建立起来的宇宙。”^⑩正因为意会知识无法精确确定，所以它只能经由体现其精要的实践范例来传承。伯梅认为，关于气氛制造不能给出一些明确的知识 and 规则，这种审美实践层面上的意会知识，是“一种基本上无法通过言语而毋宁说是通过师徒关系中的示范行为才能传承的才能”。^⑪他还进一步指出，“审美经验能力的提高完全就是对于事物的练习，这不可能通过一本关于美学理论的书来传授”。^⑫而对气氛美学来说，就是要学会正确地觉察

①⑧ 格诺特·伯梅、杨震：《伯梅气氛美学访谈录》，《外国美学》第31辑，2019年。

②③④⑤⑦⑩ 格诺特·波默：《气氛美学》，贾红雨译，“前言：新美学？”第5页，第23—24、28—29、23、93、24页。

⑥ Gernot Böhme, *The Aesthetics of Atmospheres*, Jean-Paul Thibaud (ed.), London: Routledge, 2017, p. IV.

⑨⑩ 迈克尔·波兰尼：《科学、信仰与社会》，王靖华译，南京：南京大学出版社，2004年，第110—111、114页。

⑫ 格诺特·伯梅：《感知学：普通感知理论的美学讲稿》，韩子仲译，第198页。

到气氛。于是，伯梅在自己的哲学实践研究所开展了一系列这样的训练，通过呼吸和调息打坐等练习，让人们提升对气氛的觉察敏感度。他认为这种感知能力不再是自然给予的，而是我们必须自己去获得它，只有通过这样不断地训练和提升，我们才能拥有这个新美学的阵地。^①既然如此，那么对美学工作者来说，所有手工性的活动都值得去研究，他能够从各行各业的师傅那里学习到很多实践性知识，从而提升自身的审美工艺水平。

概言之，伯梅的气氛美学对各种审美工作的认可，使这个涵盖了整个实践领域的气氛概念获得了特别的意义。气氛不只是来自感知，它同样来自一种实践生成，他对此说道：“在审美工作的实践中，气氛所暗含的这个认识反过来将在理论的深化中自身获得更大的意义。”^②气氛美学对生活世界的审美塑造的承认，一方面将审美工艺从一向受到鄙视的评判和指责中解放出来，承认了日常生活审美化的合法性。同时也是对审美作为一种人的一种基本需求的认可，它关乎捍卫人类尊严的道义问题。气氛美学作为具有鲜明实践性品格的当代新美学样态，正如美国当代美学家理查德·舒斯特曼（Richard Shusterman）指出的，这种新美学“通过挑战传统的实用—审美的对立，从占统治地位的哲学意识形态和文化经济已经赋予它的狭隘的领域和角色中，扩大我们的审美观念。当我们开始认识到美学在拥抱实践中，在表现和报告生活现实中，也延伸到社会和政治领域时，美学就变得更为重要和富有意义了”。^③

四

最后，是强烈的社会批判性。伯梅气氛美学的孕育生成除了受益于前面提到的一系列思想资源外，德国法兰克福学派的社会批判传统是其另一个重要精神支援。伯梅直接提到过他的气氛概念也受到本雅明“灵气”（aura）概念的启发，只是他并不完全赞成本雅明用灵气概念来凸显艺术品原件那种本真性，而是认为灵气显然是某种流入空间中的东西，差不多就是气息或雾气那样的东西，也就是一种气氛。因此，伯梅认为，灵气这种东西恰恰并非只是在独异的艺术原件那里才能被觉察到，“察觉灵气，说的是，把灵气吸纳到自己身体上的处境感受（Befindlichkeit）中。被觉察到的是空间中流入的某种不确定的感受质（Gefühlsqualität）”。^④虽然艺术的确只有经过体验才能成为艺术，但不能像本雅明说的那样，只有对原创的体验才具有绝对价值。因为，在这样一个机械复制的时代，我们甚至可以说，有时候对复制的体验可能来得更为丰富。^⑤其中关键的问题是，不管是原创的还是复制的体验，最终都要落实到身体的处境感受上来。对伯梅而言，这种处身性感受首先是一种身体上自我感觉的改变，其次会出现肉体上的反应，最后则是整个感知的变化，由此他进一步阐明：“最终，世界景象就是：自己在这里打开，世界是明亮和多彩的，在它的多样性中展现出来。”^⑥

此外，伯梅还特别推崇阿多诺的《美学理论》，尤其是后者将焰火现象（the phenomenon of firecracks）作为艺术的一种原型（prototype）。由于这种现象乃是精妙的幻象，“它们是一种经验主义表象……它们是天堂但也是人工制品的标记；它们也是危机紧迫的征兆，昙花一现，转瞬即逝，但我们从这种征兆中感知不到任何意义”。^⑦伯梅认为，阿多诺从焰火现象中发现了贯穿现代艺术中的一条巨大的线索，那就是瞬逝主题的艺术，他据此还专门写了一篇文章，名为《瞬逝现象的柔软艺术》。^⑧对这种以瞬逝现象为主题的艺术品的推崇，不难发现伯梅其实看重的是其中蕴含着的气氛灵韵，以及气氛体验中那种无以言表的感知亲历过程。

如果说伯梅气氛美学对本雅明“灵气”和阿多诺“瞬逝”概念的借鉴吸收，只是某种理念上的挪用与转

①②⑥ 格诺特·柏梅：《感知学：普通感知理论的美学讲稿》，韩子仲译，第199、52、86页。

③ 理查德·舒斯特曼：《实用主义美学》，彭锋译，北京：商务印书馆，2002年，“序”第9页。

④ 格诺特·波默：《气氛美学》，贾红雨译，第16页。

⑤ 佐佐木健一：《美学入门》，赵京华、王成译，成都：四川人民出版社，2008年，第43页。

⑦ T. W. 阿多诺：《美学理论》，王柯平译，成都：四川人民出版社，1998年，第145页。

⑧ 格诺特·伯梅、杨震：《伯梅气氛美学访谈录》，《外国美学》第31辑，2019年。

化,那么他后来的《审美资本主义》(*Ästhetischer Kapitalismus*)、《美丽地—存在》(*SchÖn-Sein*)和《好的人类存在》(*Gut Mensch-sein*)等论著,更是直接传承了法兰克福学派社会批判理论的精神衣钵。众所周知,霍克海默、阿多诺和本雅明作为法兰克福学派第一代干将,积极倡导批判理论要用实证的、经验的社会学研究,来关注那些普遍性的社会问题,关注一般的社会结构及其动态发展,以真正介入现实的具体进程。在这样的理念指导下,霍克海默提出了发展批判理论的跨学科研究纲领。在他看来,只有使众多不同学科的研究者联合起来构成一个紧密的学术共同体,才有可能完成上述研究任务。于是,他提出了希望推进的研究方向,即“有关社会的经济生活、个体的心理发展以及狭义文化领域的变革,这三者之间的关系问题”。^①在霍克海默设定的这些研究安排中,可以延续马克思主义政治经济批判传统来开展针对“社会的经济生活”的相关研究。至于第二项“个体的心理发展”方面,他牵头探索一种联结社会心理学的跨学科研究模式,试图对欧洲现代社会的个人性格结构、情感和日常生活的转变进行深入的探讨。霍克海默对“狭义文化领域的变革”的强调,促使法兰克福学派从一开始就将日常生活的审美感知、美学形式和文化消费作为研究的重要主题。从霍克海默筹划的上述三项研究任务中不难发现,其实批判理论研究的范围已涉及社会生活的方方面面,也就是说他们的社会批判理论有着对整体(*Ganze*)或总体性(*Totalität*)的强烈诉求。正如金翱所说的,这种“跨学科的唯物主义”在很大程度上就是要“坚持朝向整体、坚持总体性的维度,希望在实现多领域、跨学科交织的同时,社会研究能将目光始终锚定在社会的总体结构和整体的历史进程之上”。^②概言之,法兰克福学派的批判理论表现出实证性的跨学科经验研究、关注个体情感心理结构,以及总体性研究诉求等特点,最终的落脚点是,联合起来的人们对社会压迫的集体反抗,从而实现对统治和奴役的扬弃,进而达到全人类的解放和自由。那么,我们接下来看看伯梅的气氛美学究竟是如何继承和发扬这一理论传统的。

从前面得知,伯梅的气氛美学是发轫于对当下情势的现实关切,这种关切涵盖了自然、日常生活和艺术、人类三重领域,这种对整体社会的关切无疑是对批判理论总体性诉求的继承。为了研究弥散在这些领域中的气氛现象,伯梅立足于切身的感知体验和审美经验,以跨学科的自觉意识汲取和消化来自生物学、生态学、新现象学和美学等众多学科的营养,从而创构出一种具有普遍性原理的美学理论。在某种程度上说,气氛美学对脱离经验现实、高度思辨性传统美学的背离,是对批判理论实证的、经验的社会学研究路径在美学中的具体应用,也是对霍克海默倡导的“跨学科研究纲领”的贯彻执行。

在批判理论关注个体情感心理结构方面,具体到气氛美学上,那就是伯梅在气氛美学构建过程中,特别关注个中审美主体的情感心理。在他看来,气氛作为一种第一性的、整体的知觉现象,这个基础性的感知事件正是在场的觉察,“此在作为传统客体方面的可觉察的在场,此在作为传统主体方面的处境感受,作为对在场的察觉。将两者连接起来的就是我们前面所说的气氛。气氛作为出自物和人的东西,作为那种通过情绪感染来填充空间的东西,同时就是主体参与的东西,为此,主体有这样或那样的感觉,且察觉到自己的在场”。^③我们能感觉到某种气氛是因为从中感到某种情绪上的波动,气氛对主体而言是作为侵袭着的力量而被给予的,它将主体带入到某种特征性的情调中。也就是说,气氛离不开主体的感受,倘若没有主体的感知,也就没有了气氛;但是,气氛又并非某种纯主观性的东西,它是某种准客观性的东西。“事实是,气氛表达是某种独特的居间现象,某种介于主、客体之间的东西。”^④伯梅进一步指出,气氛通过“情感上被袭”而觉察到,此时所产生的情绪(*Stimmung*)只能作为“气氛的主观极”被经验到。但是,气氛是“与我区别开的某物”,是通过“其他种种经验”(anderen Erfahrungen)被发现的东西。气氛通过“浸入”(Ingression)与“反差”(Diskrepanz,也可译成“歧异”)两种方式被觉察到。^⑤从这两种觉察经验中,都可以看到气氛的“准

①② 马克斯·霍克海默:《论批判理论:霍克海默文集(一)》,金翻译,西安:西北大学出版社,2025年,第20页,“编译导言”第10页。

③④ 格诺特·波默:《气氛美学》,贾红雨译,第237、91页。

⑤ 格诺特·柏梅:《感知学:普通感知理论的美学讲稿》,韩子仲译,第44页。

客观性”(quasi objektiv)特征。正是基于此,在有关气氛的事情上,尽管它每次都只是在主体的经验中被感知到,但人们却能在主体间相互理解。^①当然,这种理解需要一个前提,就是主体双方要有感知某种气氛的预备知识和文化素养,否则可能完全感受不到那种气氛。

法兰克福学派批判理论从对现代社会经济结构的分析出发,把握社会总体性,并对其进行批判和介入。因此,正如法国哲学家利奥塔所说:“理论的功能就不仅是理解,而且是批判,即质疑和推翻一个明显不可忍受的现实、社会关系以及人与事物和其他人的关系。”^②也就是说,追求知识的最终目的不是建立永恒的真理,而是要改善有限人类的生活。一旦要超越并质疑社会功能秩序,批判理论与社会现实就必然构成一种紧张甚至对立的关系。伯梅谈到气氛美学的批判潜能时,提出首先要针对传统精英化美学那种审美上的傲慢,即对审美工艺品的贬斥。气氛美学通过对日常生活审美化合法性的承认,将向来受到鄙视的审美工艺从偏见和贬斥中解救了出来。

身处如今这个泛审美化的时代,伯梅对此说道,“如果这种审美化独立了并把自己伪装成世界的话,特别是如果它被赋予了镇压反抗之强权的话”^③,那么我们也应毫不犹豫地坚决对它展开批判。如今的现实越来越多地追求审美装饰,只要看看我们所生活的日常世界,从家居、服饰,到建筑和日用器具,审美的外观和形态无处不在。从中不难发现已经存在着审美化日趋独立并把自己伪装成世界的倾向,用德国美学家沃尔夫冈·韦尔施的话说:“现实中,越来越多的要素正在披上美学的外衣,现实作为一个整体,也愈益被我们视为一种美学的建构。”^④同时在这样一个后现代拟像社会(鲍德里亚语)中,日常生活中到处充斥着迅捷的符号与影像之流。伯梅据此认为,这会导致我们的生活陷落在一个媒体化的光影世界里,在这种通过媒体永无止境扩张的经验世界下,直接的身体性的经验就会丧失或受到抑制。^⑤不过,伯梅更为警醒和担忧的是政治领域的审美化。他从本雅明那里了解到,法西斯主义一贯地致力于政治生活的审美化,也就是政治自身变成了场景化(即排演)。诚如本雅明指出的,政治审美化在法西斯帝国党代会宏大的政治排演、那些营火晚会、阅兵和通过“团结就是力量社团”组织起来的大规模群众游行,以及1936年的奥林匹克运动会都得到了充分体现。法西斯主义通过这些做法让大众获得表达,但这并没有让大众获得自己的权利,“表达代替了权利!这就是通过美学而来的政治替代”。^⑥伯梅认为政治审美化是通过气氛的召唤而来的权力的自我场景化和权力的实施,实质就是通过审美手段让权力得以施展。它通过满足民众情感上的需求,持续地赢得了他们的忠诚,从而维持自己的执政能力。这种越来越接近一种剧院式的政治,或者更确切地说,被麦克风和摄像机左右的政治,绝不限于法西斯主义,同样延伸到了其他集权国家,甚至它同样也是民主国家的一个现象。^⑦

除了本雅明,霍克海默和阿多诺等人都认为,现代大众文化借助于大众传媒即电影电视、音乐、广告等,通过日常世界场景化,权力得以施展。伯梅认为这种权力并不是政治权力,而是通过激起情感和制造欲望而使个体的人臣服于其下的经济学力量。霍克海默和阿多诺只是把这种“文化工业”贬斥为艺术的庸俗化,伯梅认为我们只有从审美经济学角度进行批判,才能真正洞悉个中的奥秘。^⑧在上文中,我们曾论及伯梅对生活世界的审美塑造的承认,他认为审美工作已经占据了整体社会工作的很大部分,其价值必须得到承认。但另一方面,审美工作的普及化随之也带来了消费主义的问题。在伯梅看来,审美工作构成的很大部分,“不再服务于商品生产,而是服务于其场景化,或说服务于这样一种商品生产,这种商品的使用价值本身就在于被人、被公众、被公司形象等加以场景化地运用”。^⑨如此一来,审美工作就为商品带来了一种新的价值类型,这种价值增殖部分是一种特殊的使用价值:“它们当然不是经典的使用价值,因为它们与效用和目的性无关,但它们实际上形成了一种新型的由交换价值而来的使用价值,这种使用由它们的吸引力、灵韵和气氛构成,

①③⑥⑧⑨ 格诺特·波默:《气氛美学》,贾红雨译,第92、30、31、32、33页。

② Arnold Berleant, *Sensibility and Sense: The Aesthetic Transformation of the Human World*, St Andrews: Andrews UK Limited, 2011, p. 7.

④ 沃尔夫冈·韦尔施:《重构美学》,陆扬、张岩冰译,第4页。

⑤⑦ 格诺特·柏梅:《感知学:普通感知理论的美学讲稿》,韩子仲译,第16、15—16页。

它们服务于场景化、装扮和提升生活。”^① 这种兼具交换价值和使用价值特征的新价值就是排演价值 (staging value)，这种排演价值即场景性价值，也就是审美价值，或者说外表价值，伯梅对此有这样的说法：“我们可以在使用价值和交换价值之外去谈论商品的一种场景性价值，或把它当作使用价值的附属形式来谈论——正面地加以表述的话，就是，去谈论其审美价值；批判地加以表述的话，就是，去谈论其外表价值 (Scheinwert)。”^② 伯梅指出，排演价值即审美价值在当今社会日益凸显，不仅如此，实际上不再有那种并不同时具有审美价值的商品了，审美价值如今在商品中相对于其他价值日益占据了统治地位。因此，今日之经济就是一种审美经济 (aesthetic economy)，而西方发达资本主义的现阶段是一种“审美资本主义” (aesthetic capitalism)。

在审美资本主义时代，个人的审美喜好已成为消费者挑选大部分商品时的主要标准，从汽车的外形、家具的设计、鞋子的款式、电脑的外观到家用电器的造型、颜色等。伯梅指出，商品世界的审美化不仅包括设计、包装等产品本身的美化修饰，还包括商品交换领域的审美化。在今天，大型购物商场和购物中心不仅仅是人们购买商品的场所，更是人们进行休闲娱乐的场所。这些场所往往使用无所不在的音响、灯光进行布局，营造出某种轻松友好的购物气氛，从而满足消费者对生活的浪漫幻想。伯梅认为，这实际上是通过气氛的制造而独占人们的时间，对人们实施感性上的操控、劝诱和承诺。那么人们如何从这种气氛的感性操控中解放出来呢？伯梅认为自己的气氛美学就是要担负起这种批判任务，因此要将这方面的知识给予大众，从而让他们祛除气氛空间幻化出的消费迷雾，用他的话说，气氛美学的任务就在于“去传播气氛的可营造性方面的知识，以便打破其诱导性的力量，从而使人们与气氛之间的一种自由的、游戏性的交往成为可能”。^③

审美资本主义的特征实际上是审美动因转变为经济增长的主要动力，非必要的产品逐渐成为主要的消费品。而这些非必要的产品实际上是区别于功能性产品的文化性产品，它遵循的是情感逻辑而不是理性逻辑，文化性产品是情感产品，它除了功能性用途或文化价值外，还能给消费者带来名望价值。^④ 因此，在审美经济市场中，“产品与观众的关系多多少少是以情感触动的形式为标志的（喜悦、紧张、惊险、享受、自我塑造、道德抚慰、安全感）。这些情感触动最后归结为吸引或迷人的能力……而我们所说的吸引力有更为根本的含义，指产品的正面感染力。相应地，迷人则指这些产品专门的吸引力，指它们触动情感、能吸引人的能力”。^⑤ 因此，这种审美经济也可称为表演性经济，“产品在观众面前表演，力图吸引他们”。^⑥ 由此，这样的市场会让越来越多的文化商品被生产出来，这些产品的功能聚焦于激发消费者的情感和享受，这样就会将奢侈型消费提升到比实用型消费更重要的地位，奥利维耶·阿苏利 (Olivier Assouly) 对此说道，“让感觉战胜了道理、情感战胜了理智，使愉悦变得比功效更重要”。^⑦ 伯梅据此指出，这种奢侈性产品已经不再去满足人们的基本需求了，只是不断地激发着他们追求生活品质提升的贪婪。审美资本主义的出现，一方面满足了富裕社会人们不断增长的审美需求和情感需要，另一方面，则为生产提供了进一步发展的动力，因为审美刺激消费，消费反过来刺激生产。正如伯梅所指出的，“而排演就具有这种可能性，能够让那种满足基本需要的生活不断地得到提高，由此就能为资本主义一直打开新的增长空间”。^⑧

综上所述，伯梅充分激活和发挥了气氛美学的批判潜能。首先在美学自身领域将审美从狭窄的艺术哲学延伸拓展到整体社会生活，聚焦于弥散在自然、日常生活和艺术以及人类领域中的气氛现象，在此基础上提

① Gernot Böhme, *The Aesthetics of Atmospheres*, Jean-Paul Thibaud (ed.), London: Routledge, 2017, p. 77.

② 格诺特·波默：《气氛美学》，贾红雨译，第 34 页。“外表价值”也被称为“表演价值”，参见格诺特·伯梅、杨震：《伯梅气氛美学访谈录》，《外国美学》第 31 辑，2019 年。

③ 格诺特·波默：《气氛美学》，贾红雨译，第 34—35 页。

④⑤⑥ 安德雷亚斯·莱克维茨：《独异性社会：现代的结构转型》，巩婕译，北京：社会科学文献出版社，2024 年，第 96、117—118、117 页。

⑦ 奥利维耶·阿苏利：《审美资本主义：品味的工业化》，黄琰译，上海：华东师范大学出版社，2013 年，第 8 页。

⑧ 格诺特·柏梅：《感知学：普通感知理论的美学讲稿》，韩子仲译，第 18 页。

炼出气氛概念并由此建立起颇具理论潜力的新的美学理论。其次，在建构气氛美学过程中，伯梅相当自觉地贯彻了霍克海默倡导的跨学科研究纲领，不仅积极调动学院内部各学科的思想资源，更重要的还将外部的社会资源引入建构新美学之中。除此之外，伯梅在构想气氛美学的过程中，始终以自身的感受和切身经验为起点，尤为关注气氛体验中主体极的反应。最后，当伯梅直面如今现实全面审美化的浪潮，尤其是这种审美化日趋独立，并把自己伪装成世界之时，他果敢地扛起批判这种审美资本主义社会的责任，并且以敏锐的洞察力创造性地提出了排演价值的概念，从而继承和超越了先前的马克思主义理论。他以自己原创性的排演价值概念为批判武器，锋芒所向直指当前审美资本主义社会的核心，对存在于政治、经济、社会和文化等各个领域的场景化进行了全方位的甄别，并尝试对其背后蕴含着的消费意识形态诡计实施去蔽，从而把受诱惑操控的消费者从气氛营造的幻象中解放出来。不难发现，伯梅以气氛美学所展开的对现实社会的批判，不仅涵盖了法兰克福学派批判理论的核心主题，最重要的是将马克思主义的解放旨趣引入这种批判之中，我们可以从他晚近撰写的《美丽地—存在》和《好的人类存在》论著中窥探一二。在最近的一次访谈中，当访谈者谈及他的《审美资本主义》是否更像是一种否定性理论时，他直接的回应是，“实际上，这更多的是一种批判理论”。^① 诚哉斯言！

〔本文系中华诗歌研究院重点项目“跨文化视野下的中西诗画关系比较研究”（2024ZHSGYJY-ZHDIAN01）的阶段性成果〕

（责任编辑：张 曦）

On the Exploration of the “Fox Model” in the Knowledge Production of “Atmosphere Aesthetics”

XIAO Weisheng

Abstract: As a newly-emerged aesthetic theory in contemporary times, Gernot Böhme’s atmosphere aesthetics features a typical “fox model” in its knowledge production, which is mainly manifested in four aspects: first, it is based on the current situation’s practical concerns and humanistic sentiments; second, it involves interdisciplinary collaboration; third, it has a distinct practical character; and fourth, it possesses a strong social critical nature. Social criticality is the soul that runs through the theoretical knowledge construction of Böhme’s atmosphere aesthetics. This aesthetic theory with contemporary characteristics, by fully exerting its critical potential, penetrates the ideological tricks of the current aesthetic capitalism, liberating the public from the consumer illusion created by atmosphere creation, and leading them to achieve true human freedom through playful interaction with the atmosphere.

Key words: Gernot Böhme, atmosphere aesthetics, knowledge production, fox model, social criticism

① 格诺特·伯梅、杨震：《伯梅气氛美学访谈录》，《外国美学》第31辑，2019年。