

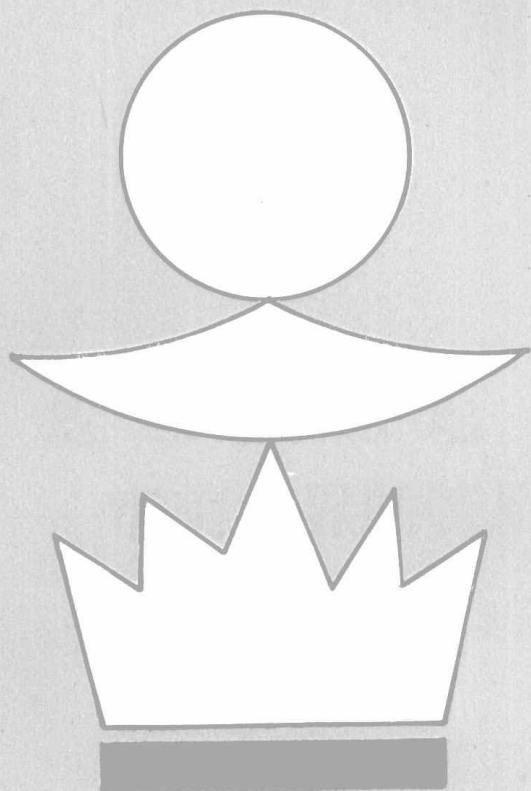
苗启明 著

效应形态论

——
审美世界的特质



云南人民出版社



效应形态论

——审美世界的特质

苗启明 著

效 应 形 态 论

——审美世界的特质

苗启明 著

(滇) 新登字01号

责任编辑：子 民

封面设计：朱 江

效应形态论——审美世界的特质

苗启明 著

云南人民出版社出版发行（昆明市书林街100号）

云南新华印刷一厂 云南新华彩印厂 印装

开本：850×1168 1/32 印张：7 字数：14万

1994年12月第1版

1994年12月第1次印刷

印数：1—1200

ISBN 7-222-01737-2/G·185 定价：6.50元

序 一

王展飞

这篇短文，称不上序言，因为我压根儿就没有研究过美学，只不过哲学与美学有些关系，我不时读一点美学方面的文章。去年有幸读了苗启明的新作：《效应形态论》，这个题目就令我捉摸了好一阵子。及至读了一些章节，才知是作者提出的一个新的美学概念，颇有启发性。《效应形态论》虽是一本学术专著，洋洋十余万言，但读起来并不枯燥，有不少地方能引人入胜。掩卷思之，产生几点感觉，写出来权当作序。

第一个感觉是书的内容很新鲜，作者从一个新的角度研究审美世界的本质，形成新的思路、新的观点，可以说是独辟蹊径，一家之言。全书分为三篇，第一篇：效应形态论；第二篇：效应形态与当代美学观点；第三篇：思维对效应形态的把握。其中第一篇是书稿的核心内容，主要是通过对效应形态的阐释，揭示美的本质。所谓效应形态，就是事物的规定性对于那作用于它的外物或存在环境的反应方式和反应状态，是这些反映方式和反映状态在具体形态中的感性显现。作者认为，事物乃至具体的人在它的反映状态和存在状态中，即在效应形态中，有两个重要突破，即物物界限的突破和心物界限的突破，而达于心物同化。从形态效应的两种突破和心物同化出发，可以解决美的本质问题。类别界限的突破生出“普泛样式”，心物界限的突破生出“心灵样式”，而两者的统一成为“精神样

态”，这是美的本质的最深刻最根本的规定。在导言中，作者还对美学的对象、审美关系、审美特征等问题，提出了自己的见解。诸多观点，尚可深入讨论，但初读之后，确有顺理成章之感。特别值得我学习的是，作者善于发挥其辩证逻辑思维能力，捕捉学术领域中的重大问题，阐发与众不同之见解。近几年来，启明同志屡有新著问世，可说是“多产”作者，我曾读过几篇。如关于文明的三重结构，关于思维规律论，关于社会主义精神文明的思考，都有独到之处。多产而不陷于粗糙和肤浅，探索中不断有所创新，这不能不归功于作者严谨的治学态度和钻研精神。

我的第二个感觉是，作者在其研究中十分尊重前人和别人的科研成果，善于鉴别，勇于吸取，在继承的基础上笃实前行。众所周知，我国美学界有许多造诣颇深的专家、学者，在美学理论方面多有建树，开拓了美学研究的新天地。然而学也无涯，理论研究是永无止境的。如攀登丛山峻岭，峰峰相连，一峰过后又一峰，没有登峰造极之人。启明同志的《效应形态论》，正是沿着前人艰难跋涉开拓出的道路继续探索。所以，作者在书稿的第二篇中，把自己的见解与当代一些美学家的理论做了比较分析，以求获得新的真理性的认识。作者认为，古今中外的美学理论体系，从倾向上看不外三派，即主观派、客观派、主客观统一派。从哲学上看，可以归结为唯心论、唯物论和二元论。客观派从物质第一性精神第二性出发，考察事物的美和审美特征，有其合理性，但没有解决心与物的关系问题。主客观统一派力图解决这个问题，它所抓住的真理性的东西，正是美的心物二重性（以及自然性和社会性的统一等），然而，在现有的理论中，仍未达于心与物相统一的科学见解。

《效应形态论》就是从心物二重性出发，以新的思想和观点阐

明心物的一致性。例如书中提出的心灵样式和普泛样式，就是心与物的代名词，它们只有在效应形态中才存在，才具有统一性或一致性。这种统一和一致体现为“精神样态”。“精神样态”的形式是主观的，内容是客观的，因为效应形态作为事物对其规定情景或他物作用的反映形态，是完全不依赖于主体而客观存在着的。这就唯物而辩证地解决了美的心物二重性问题，而避免陷入二元论的复辙。故此，作者称“效应形态论不是主客观统一论，而是客观的心物一致论。”这种比较研究无疑是细致的、有益的。所以，可以预见，《效应形态论》的问世，将会引起美学界的热情关注，也许能在美学理论园地中播下几粒富有生机的学术种子，为美学研究的发展提供一个契机。真理是愈辩愈明的，“百花齐放，百家争鸣”的方针是繁荣科学文化的方针。实践证明，不同学术观点的切磋，常常会起到相互促进、相互交流、相互补充的作用。如果《效应形态论》的出版，能带来美学界、哲学界的讨论与争鸣，从而有助于美学理论的深入研究，这就是值得称赞的事。

再一点感觉是，《效应形态论》是美学论著，却凝聚着哲学的底蕴。诸如，书中对美和艺术本质的解释，对各种美学派别的分析，以及一系列范畴、概念的提出和表述，都是辩证唯物主义认识论的具体运用，贯穿着主观与客观、理论与实践相统一的观点。书稿第三篇在论述形象思维的特征，艺术想象对形态效应的把握方式之后，专门谈了马克思《经济学——哲学手稿》的美学思想，尽管限于本书主题的需要，未能充分地对马克思的美学思想加以阐发，但从中也可看出哲学和美学不可分割的内在联系。如果离开科学世界观和方法论的指导，美学理论的研究也是难以深入的。其实何止美学，任何学科的科学研究，都离不开哲学，这不是说哲学可以包罗万象，而是它为

人们提供了伟大的认识工具，能够透视包罗万象的自然现象和社会生活。所以，哲学就存在于生生不息的现实中，生活是哲学之源，正是丰富多彩的生活使哲学之树常绿。这是我国许多哲学工作者都坚信不疑的。近几年来，曾有一种议论，认为在实行以经济建设为中心的进程中，所需要的是具体的经济、政治、文化的理论、方法和对策，而哲学的抽象性特点，使之不具备这种功能，所以它难免趋于冷寂。这种观点，我是不敢苟同的。其实，经济繁荣、科学发展，恰恰为哲学研究的拓展和深化创造了条件。试看，社会生活各个领域哲学思想的创造性运用，哲学理论在当今中国和世界的发展以及在一些学科中的升华，不正是证明吗？所以，重要的问题仍然在于，哲学研究也必须坚持理论联系实际方针。在这方面，苗启明的研究成果，也是可资借鉴的。

祝贺《效应形态论》的出版，祝愿苗启明同志在哲学和美学研究中取得新的成果。

1994年4月于昆明

序 二

——元美学与美学的一次谈话

赵仲牧

我第一次见到苗启明研究员的美学论文，大约是十几年前的事了。六十年代初，他正在云大中文系念书，就对美学有浓厚的兴趣并草拟了一些美学手稿。中间经历了十年浩劫，手稿被抄，下落不明。将近二十年后，他重新撰写的美学论文才得以发表。如今，力作《效应形态论》出版了，真可谓是三十年来对美学问题凝想沉思的结晶。

启明和我彼此都知道，在哲学、思维学和美学等领域，我们的学术观点不尽相同，有些方面甚至相去很远。虽然如此，启明还是邀我为他的美学专著写序。我想，看法合拍者，为之作序，固然相互投契，得心应手。见解相异者，宛如立足点在庐山之外，也许还能瞥见某些真面目。基于这样的想法，我执笔写序了。

一

当今世界，介绍一部美学专著或评价一种美学理论，唯有放在美学的多元化格局之中，才能比较宽容、比较公允和比较合理地提出一些看法。德国（或奥地利）当代哲学家斯太格缪

勒写了两大卷哲学巨著，命名为《当代哲学主流》。在该书的长篇绪论中，斯氏对二十世纪以来西方“哲学分化过程”的解析，很有见地。他指出，当代哲学分化过程有两个形式方面的特征，一个是，“哲学职能上的分化过程”；另一个是“不同流派的哲学家之间相互疏远和越来越失去思想联系的过程”。过去，面对某个哲学问题，哲学界将歧见纷陈、争论不休；现在，连这样的争论也无法进行，因为哲学家之间可能根本不理解对方之所云。只要走马观花地看一看目前西方哲学发展的大趋势，即可证明斯氏所言不假。诸如语言哲学、符号哲学、现象学哲学、哲学解释学、哲学人类学等等，又如新实用主义、后实证主义、后人道主义等等，再如和结构主义针锋相对的解构主义……真是举不胜举。如果设想，各流派之间的距离会逐渐缩小，对哲学及其职能的看法会趋向统一，相互之间的理解将日益加深，那才是天方夜谭。

当代中外美学界，特别是西方美学界的情况，何尝不是如此。只是略加枚举就够了；表现主义美学、形式主义美学、现象学美学、存在主义美学、分析美学、符号美学、接受美学……，以及实践派美学、意象派美学、甚至还有“反美学”，……美学流派之多，恰似过江之鲫。放眼世界，回看中国，美学论坛一派百家争鸣的景象。多元化的美学思潮、美学理论和美学观点的共生并存，已经形成不可逆转的大格局。对美学职能的理解，早已各是其是，全面分化。各美学流派的学术观点，更是南辕北辙，分道扬镳。不同理论体系之间的理论张力，也日趋强化。

多元化格局的发生，其成因也是多元化的。简而言之，美学研究者的哲学渊源、方法模式和价值取向的不同，是造成多元格局的一组重要原因。研究者对文艺作品的个性化审美趣

味，也是造成此等格局的不可忽视的一个根由，这些差异的生成，在一定程度上均同文化背景的差异有关。不妨说，民族的、地域的文化背景的多元化，是造就美学多元化的一个深层次的和总体性的根源。以上列举的各种多元化倾向，都将转化成并集中显示在美学家研究美学问题的审视方位的多元化之中。

审视方位不同，选择的方法模式和概念体系也会有差异，由此生成的对世界万象的解释模式必定会五花八门，异彩纷呈。西方当前风行一时的“视角主义”思潮，其主要论点之一是，肯定可供选择的审视和阐释世界的“方位”是多种多样的。A·布洛克等人编写的《枫丹娜现代思潮词典》（英国枫丹—柯林斯出版公司，1977年版，466页）对视角主义作了一个界定：“认为存在着多种可供选择和互不等同的概念体系或假定体系，在各自体系里都能解释世界，……”

肯定或承认多元化的审视方位和理论格局，导致了肯定有相互竞争的解释模式和检验标准，承认理论选择和理论偏爱的合法性。著名科学哲学家劳丹写了一篇论文，题为《方法优势与方法的非统一性》（美国《科学哲学》杂志，1989年6月号）。文章写道：“不同的科学家的目的和信奉的标准也是不同的。”“由于存在着相互竞争的标准，科学家们对理论的偏爱，就往往是不同的……”自然科学界尚且认同了理论模式的日益多元化，有大量审视方位可供挑选的美学界，面对多元格局的大潮，试问，谁有能耐力挽狂澜？谁有资格唯我独尊？

理论界多元格局的出现，为世界美学和中国美学开辟了“海阔凭鱼跃、天高任鸟飞”的新天地。美学界只有一家之言或一个美学流派“独白”的时代已成历史的陈迹，各家各派之间相互“对话”的时代来势迅猛。借用巴赫金的术语，“对话

时代”的特点是“多音齐鸣”取代了“单音独鸣”。房龙的历史名著以赫然醒目的“宽容”两字为题。学术演出的多音齐鸣或多元化的场景，召唤着宽容精神，要求尊重和理解异己的学术观点。美学界也要树立“对话时代”不可逆转的共识，让宽容精神介入齐鸣或“争鸣”之中。我正是置身于美学界多音齐鸣的大合唱里去撰写这篇序言的，并想通过序言同专著的作者进行一场有助于增加相互理解的理论性“对话”。

二

苗启明研究员的新作《效应形态论——审美世界的特质》（以下简称《效应形态论》）是一部美学专著。全书分为三大部分，在第一篇“效应形态”中，作者构造了一个颇为独特的美学理论框架。如果将《效应形态论》放在当代世界的多元化学术走向中，放在当代中外美学理论的多元共生并存的格局中，就能更深入、更精确地解析这部文本的理论构造和进行构造的理论前提。

启明设计的“效应形态”理论，有一组隐性的或显性的前提。前提之一，以西方文艺复兴以来的美学，尤其是鲍姆嘉通和黑格尔等人的美学传统为根据，同时也以中国现当代某些美学流派为根据，确认美学研究的对象是“美”、美的本质或审美特征，而不是以创造和鉴赏活动、鉴赏判断、审美经验、审美现象、艺术符号或艺术文本的阐释作为研究对象。

前提之二，从上列根据和第一前提起步，提出美学界长期争论的焦点是，有关“美是什么”、“美在哪里”一类具有本体论内涵的问题，或者由这类问题引申出来、转化而成的问题。

前提之三，把错综复杂的价值王国简约地一分为三，让“真”、“善”、“美”各自统辖一方，形成鼎足而立的局面，这是西方哲学和人文科学的一种传统，也是中国当代美学界和哲学家的思潮。作者遵循的正是这种传统和思潮，使“审美世界”同“真”与“善”两大价值世界区别开来。然后替前者设定界碑，成为一个有自己“特质”的世界，一个圈定了边界的王国。

前提之四，作者立足于辩证唯物主义哲学，长期从事辩证逻辑、辩证思维和思维学的研究，出版了多部专著。《效应形态论》也不例外，同样坚持以唯物主义作为哲学基础或本体论基础，肯定了“美”是客观世界的组成部分，具有不容置疑的客观性。“审美世界”及其“审美特质”就其根源而论，当然不能脱离客观“存在”，必有其客观规定性。

前提之五，现当代国内外的思维学界，以及思维心理学和认知心理学界，大多认为思维活动是而且仅仅是一种认知活动或认识活动，在作者有关辩证逻辑和思维问题的专著和文章里，一直贯穿了这样的观点。《效应形态论》也层层相因，作者将审美活动视为“审美认知活动”，同上述观点是一脉相承的。

三

有了五个理论前提作为标志，再去追踪作者的思辩路径，辨析《效应形态论》的总体构想就不会迷失方向了。效应形态理论总的思路是，将“美是什么”和“美在哪里”一类问题转换成另一组问题，即“审美世界及其审美特质是什么”？“审美世界及其审美特质在哪里”？然后通过对文学中常见的比喻

(或文学艺术中常见的隐喻和象征)的剖析,为后一组问题构想了一个别具一格的答案。答案是:审美世界及其审美特质与效应形态有关,来自效应形态的“普泛样式”,以及“普泛样式”与“心灵样式”的结合。

顾名思义,《效应形态论》的主旨是,要建造一个从多方面说明效应形态和由效应形态引申生发的理论模型。模型的基石自然是“效应形态”这个独创的概念,以及对它的内涵的阐释和处延的界定。形成事物的效应形态大体有四个不可缺少的“要素”或“条件”。一是“规定性”,即“事物内在规定性”;二是“环境”,即“事物存在的环境”;三是“反应方式”,即特定事物的“内在规定性在其存在环境或外物作用下的一种反应方式……”;四是“作用方式”,即该事物“作用于其它事物时的作用方式……”。将上述四个“要素”结合起来就可以为“效应形态”立一个界说,不过还得加上一个重要概念——黑格尔式的“感性显现”。“事物的规定性对于那作用于它的外物或存在环境的反应方式,……在具体形态中的感性显现,”这就是对“效应形态”的概括说明。

效应形态理论及其理论的导向,为解答审美特质“是什么”和“在哪里”之类的根本问题,指明了一条通道。这条“通道”从萌生于心到形成文字,决非一朝一夕之功,而是多年反复运思的结果。在“效应形态”的基石上,建造了一个精致的理论模型,该模型的内部结构相当复杂,不难看出,它是由众多理论“环节”巧妙地组装而成的。应该说,不仅是模型的整体,连模型的大多数重要“环节”都经过一番精心的设计,编织,与各个环节相关的概念网络也是细针密线,颇具匠心。

四

假如我们自始至终紧紧跟随作者的思辨轨迹，挑选几个比较重要的“环节”和相关的概念作一次巡礼，就能从整体到细部，从宏观到微观，清楚地看到蕴藏在理论模型中别致的运思方式，细密的逻辑推演，以及新颖的概念体系。

（1）效应形态是客观事物“第三性的质”。洛克早已提出，事物有“第一性的质”和“第二性的质”。按作者的说法，前者是事物的不能被直接感觉的“物理质”；后者是事物的可感觉到的“物理—生理质。”作者认为，由效应形态构成的“质”，是事物的“第三性的质”，简称为“状态质”，有别于洛克所说的“第一性的质”和“第二性的质”。

（2）“效应形态质”组成了“第三世界”。“第三世界”是审美世界，它是审美感觉和审美评价的对象，它与“美”有关。“第三世界”与“第一世界”和“第二世界”不同。“物理质”组成了第一世界，它是科学认识探讨的对象，它与“真”有关。“第二世界”与人的生存感性密切相关，其目的是追求“善”。

（3）事物、社会和人心有共同的“效应形态”。自然事象、社会历史和心理意识之间，可能并经常出现相同或相类的效应。物与物之间有相似或相应的效应形态，于是突破了物与物之间的类别界限。物、人、心三者之间也有共同的效应形态，于是社会与自然之间、心与物之间的类别界限也突破了，从而出现了一个物、人、心可以“同态共体”的“效应化世界”。

（4）“效应形态”有其“效应样式”和“普泛样式”。

效应形态一般都有其存在的“感性样式”，可称作“效应样式”。一个“效应样式”就是一个可见可闻的审美形象，一个审美对象。突破了物物界限的效应样式，或者说“典型”的效应样式，可以另外名之曰“普泛样式”。

（5）人的心灵在“效应形态”中展现，即为“心灵样式”。人是“心灵体”，人的心灵有各种“形态表现”。“典型的、……杰出的”心灵的形态表现，可称之为“心灵样式”，或曰：“人类心灵在效应形态中展现”才是“心灵样式”。

（6）“普泛样式”和“心灵样式”的统一，形成“精神样态”，成为“美”的本质。就深层本质而言，审美特质就在于“事物在其形态效应中突破心物界限而显现出来的心灵样式”。这是对审美特质的本质规定，也是对“美”的本质规定。前面提到，相互统一的普泛样式和心灵样式，叫做“精神样态”。它是审美特质的最根本的规定，也是“美”的最根本的规定。因此，“美”的本质就是一种普泛样式和心灵样式的统一，就是一种心灵样态（精神样态）。

总起来看，在“效应形态”这块立论的基石上，作者建成了一个自成体系的理论模型。我选取了其中六个重要的理论环节，每个环节皆紧扣前后两个环节。从第一环到第六环，环环相扣，形成了一根逻辑构造相当牢固的链条，又象一根加工精细的串珠。从理论模型的构造和加工中，作者三十年来探索美学问题的心路历程隐约可辨。在五个前提的规约范围之内，不论按理论模型的概念关系等表层形式来看，还是按它的意义结构等深层底蕴来看，作者的思考和设计，都是独辟蹊径，富有特色的。

五

在美学理论日趋多元化的走向中，当代的美学研究者都要在多元并生的格局中游荡徘徊，然后选择一定的方位去审视美学里的各种疑难问题。在人类思考或谈论着的世界里，也许唯有观察到的事实对人们来说，才算做到了一视同仁。仔细想来，也不尽然。一群画家用各自的眼光去看所谓的“同一”片风景，他们心目中的观察事实（风景）很可能是有所区别、各不相同的。几个美学研究者欣赏一束鲜花，如同追问花之所以美的原因何在，由于审视方位有差异，必将仁者见仁，智者见智，莫衷一是。有人说：花的美是花固有的特性；也有人说：花之美离不开人，花满足了人的审美需要或体现了人的本质力量，才谈得上美；还有人说：花虽然是观察事实，但花之所以美却来自我们的美感经验。倾向有别的美学研究者，总会选择不同的审视方位去解释美学问题。因此，每一种美学理论都为“美”或“审美”是什么提供一套解释模式。

经过简并之后，第一级审视方位主要有三个。一是以事物固有的“美”或“美的客观存在”为立足点，去探索“美”的客观本质。这是美学中偏重于“物”的审视方位或者叫做第一元的审视方位。蔡仪派的美学可称为“物性论”的美学，它不折不扣地恪守了这一审视方位。二是以人的审美活动，人的实践或审美实践为立足点，去考察审美客体的本性是什么或者何谓审美活动一类的问题。这是美学中偏重于“人”的审视方位，或者叫做第二元的审视方位。国内曾经风行一时的“实践派”美学，大体上即以“人”为基本的审视方位。三是以审美经验、创作和欣赏的心理活动为出发点，不再过问“美的本