

# 流动的符号：华托艺术与18世纪全球文化经济的景观构建

欧阳秋月（中央美术学院艺术管理与教育学院硕士研究生）

**摘要：**文章以阿帕杜莱的全球文化流动理论为框架，系统探讨18世纪法国洛可可画家让-安托万·华托在全球艺术市场中的独特地位与文化意义。文章梳理了华托艺术作品作为“流动景观”在金融、意识形态及媒体等多个维度中的实现的跨文化流通与意义重构，阐释其如何通过资本运作、阶级符号的消费以及版画和画店等媒介实现社会身份转化与美学理念传播。研究强调，艺术景观的本质并非静态的图像集合。这为理解艺术品在全球化语境中如何促进物品、物主、信息的复杂互动提供了新视野。

**关键词：**华托艺术；全球文化流动；艺术市场；艺术景观

## 一、引言

在艺术史的长河中，让-安托万·华托（Jean-Antoine Watteau）以其精致的风景画、优雅的宫廷场景和对人物情感的细腻描绘而闻名，以其独特的风格在欧洲艺术市场上留下了深刻的印记。作为法国洛可可时期的杰出画家，华托的艺术作品不仅反映了当时的社会文化背景，而且在艺术市场中占有独特的地位。根据相关学者的研究结论，我们可以得知他的重要性不仅在于其艺术风格和技巧的创新，还在于在艺术市场的全球文化流动中扮演的角色。这种跨文化流动性恰恰呼应了阿帕杜莱所提出的景观（-scapes）理论，即全球化进程中非均衡、多向度的文化流动现象。

在全球文化经济视域下，美国人类学家、社会学家阿尔君·阿帕杜莱（Arjun Appadurai）强调了全球化过程中文化经济元素的流动和交互，对其流动性、多样性进行了分析，其中包括五个维度：技术景观、金融景观、人口景观、媒体景观和意识形态景观。在分析华托及其作品在艺术市场中的地位时，这一理论框架为我们提供了一个更加全面的视角；这些景观相互交织，共同塑造了当代世界的文化动态。本文的“景观”特指阿帕杜莱的动态文化流动场域，而非德波批判的

物化视觉表征。

如果艺术市场史中的经济行为回归社会之中，会发现这些不断发展的社会网络构成了联结个人行动、社会制度和文化间中观层次的关键部分。中外研究者研究华托的切入角度截然不同。西方学者由于传记、销售目录等第一手资料的丰富，更多地对华托及其艺术作品进行史学考察和实证研究，将其当作“文化吉祥物”；国内学者更多地聚焦于中西对比研究，包括“雅宴体”的形成、西方受众对中国艺术的接受机制等<sup>[1-3]</sup>。

本文主要采用文献分析法，通过艺术市场档案分析资本流动、视觉符号学解码阶级意识形态、跨地域收藏史追踪媒体传播网络，对阿帕杜莱的景观理论进行系统梳理；结合社会艺术史与文化经济学视角，综合阿帕杜莱的景观理论，进行跨学科理论建构；并以华托及其作品流通为案例，探讨艺术品在全球流通中所体现的多元社会关系与市场机制。

## 二、作为金融景观的艺术品：资本流动与价值重构

全球化并不是一个单一、均匀的过程，而是由各种不同步且经常不一致的文化流动组成。这种分离导致了文化差异的产生和维持。阿帕杜莱

认为，这些流动性的特点反映了全球化过程中文化交流和互动的非线性和多中心性。其理论框架包括了五个维度：技术景观、金融景观、人口景观、媒体景观和意识形态景观，其中的力量和意义都在不断地重构和重新定位<sup>[4]</sup>。

当我们将艺术品看作“物品”时，正如年鉴学派在定义中所强调的，其在经济、社会和文化方面具有重要意义。“物品”不仅是商品，还承载了人们的价值观念、社会地位和文化身份，如“金融景观”（Financescapes）能够反映全球化是如何影响经济政策、国家战略和个人经济选择的。

学者普遍认为华托与国家学派的关系从一开始就是模糊的。华托出生在法荷战争结束后不久，生长在一个直到他出生前六年才成为法国领土的边境城市。尽管华托于19世纪被法国作家和学者如龚古尔兄弟誉为代表法国历史的艺术家，但在他去世后，他的作品仍然在英国市场上受到热烈追捧<sup>[5]</sup>。这与金融景观的构建相关，因为金融往往是跨文化交流的重要媒介。

华托的作品在英吉利海峡两岸被接受。由于金融景观的再现，再谈及“凡尔赛宫”“蓬巴杜风格”，大众脑海中便会出现华托充满诗意的表达。洛可可艺术的特点是使用破碎或不规则的曲线，没有中心焦点的构图，倾向于柔和的颜色，以及对材料的感性使用。洛可可题材的人物艺术倾向于田园、游戏和色情，它的目的是取悦和引诱观众。如今，华托被认为是洛可可风格之父，但早在“洛可可”一词被用来指代这种特殊的风格和现象之前，华托的同时代人就把他视为一种明显的现代风格的创造者。

由拍卖纪录可知，华托的艺术作品在德国、法国、英国、美国、丹麦等国家之间流转<sup>[6]</sup>。随着作为“物品”的艺术品的全球流动，华托时代的经济条件也会影响艺术市场，包括赞助制度、新兴中产阶级作为艺术消费者的出现。这种资本流动带来的不仅是艺术品的物理位移，更引发了

文化符号的语义嬗变，这自然导向对意识形态景观的考察。

### 三、重构物主身份：意识形态景观与阶级表演

如果从艺术市场史的角度考察“物主”，我们可以进一步探究“物品”的社会文化意义及其是如何变迁和演化的。阿帕杜莱强调，全球文化流动并不消除地方文化的独特性<sup>[7]</sup>。相反，全球流动中的文化元素在不同地方被接受、解释和改造的方式各不相同，从而产生新的文化形式和身份。

传统上，我们通常认为华托的“雅宴体”（fêtes galantes）与法国贵族文化紧密相关。然而，研究者重新采用社会艺术史的视角对华托展开研究，深入探究艺术家的背景、训练、社会环境以及他的主要购买者的阶级身份，揭示了一种不同的阶级对齐，为华托作为梦想家而令人难以捉摸的作品提供了新的解读。文中旨在拓宽华托所依赖的意识形态景观，即新兴的资产阶级消费文化<sup>[8]</sup>。

我们关注华托所在的时代，发现法国的艺术市场仍然受到宫廷和教会的赞助制度的影响，“太阳王”路易十四每年要花费80万里弗购买艺术品并作为礼物赠与他人<sup>[9]</sup>。宫廷和教会是主要的艺术赞助者，他们为艺术家提供了财政支持和委托创作的机会。这种赞助制度意味着一些艺术家如华托便是依赖于宫廷和教会的赞助来维持生计，并创作符合宫廷和教会口味的作品。这可以影响艺术品的内容和风格，因为艺术家可能会受到赞助者的审查和指导。

与此同时，18世纪初期法国新兴中产阶级崛起。这些中产阶级家庭拥有越来越多的财富，并对艺术品的需求持续增加。他们开始在市场上购买艺术品，并成为重要的艺术消费者。因此，华托与贵族阶级之间的联系并不是坚不可摧的，种种迹象都暗示这其中可能存在更复杂的关系和影响。玛丽·维达尔在《华托的绘画对话》中的分析，说明“在作品实践中强调方式而非主题”正

是华托所采用的策略，华托作品的驱动力不是任何叙事或道德功能，而是对贵族休闲文化中短暂而精致的情感的成功捕捉。华托对话式绘画的核心是对符合贵族理想的艺术行为的颂扬。他利用现有的行为准则，制定了严格的非专业的贵族定义，从而将艺术创作的表现与贵族的悠闲艺术消遣联系在一起。

据考证，华托的作品《舞会的乐趣》在18世纪期间至少易手了10次，这一信息由学者奥利弗·文施（Oliver Wunsch）提供。文施指出，这些作品并没有被收藏传于后世，也没有成为持久的收藏品，即使是华托最亲密的朋友和支持者也没有将其作为永久收藏的一部分<sup>[10]</sup>。这种情况体现了其作品渡让的特质和当时艺术市场的商业本质，它们并不是为了长期保存或收藏而创作的。

华托的买家主要是志向高远的商人和金融家，他们对建立声望或持久的艺术收藏的兴趣不大，更关注于获取可能带来利润的艺术品。许多华托的画作并未被永久收藏，而是多次重新进入市场，反映了18世纪艺术市场的流动性和商业性。不同于我们所认为的贵族阶级，新兴资产阶级期望通过财富的充分积累来“高贵地生活”。这种购买艺术品的“高尚生活”不是一种选择，而是通过购买奢侈品、半奢侈品和新买到的消费品来寻求在不同层面上自身地位的提升<sup>[11]</sup>。收藏成为提高地位的可靠手段，因为艺术被赋予救赎和崇高的品质特质，是一种展示个人品味和修养的方式。以至于收藏这一做法反映了资产阶级的逻辑，强调获取物品是一种自我完善和社会参与的手段，而不是简单地行使权力和进行控制。

也许这些急切的、新富起来的资产阶级在拥有华托的作品后，会认为自己变得更高尚了。无论他们是否意识到，这种竞逐行为实际上从根本上重塑了他们所追求的地位：贵族头衔现在是可以获得的东西，而不是严格意义上靠继承得来。这意味着社会阶级的核心定义，不再是一个人与

生俱来的、固化的差异，而是一种可以通过金钱手段获得的地位。

于是，意识形态也成为景观。从本质上讲，此时阶级已经商品化。至于艺术品，它也面临着蜕变。艺术作为“物品”成了一种可以等价交换的货币，人们可以用它来购买社会资源，即一种自我建设的投机性投资行为。在经销商的帮助下，“物主”可以将他们的个人品味和喜好精心设计成展示身份的艺术品，尽管这种“意识形态景观”在很大程度上是由既定的社会期望构建的。当艺术品完成从物质到符号的转化，其传播效率便直接受制于技术条件，这正是技术景观登场的前提。

#### 四、技术景观的赋能：版画复制与艺术民主化

全球化视角下，在17—18世纪，中国的瓷器、漆器、建筑和园林设计传入欧洲，其独特的造型和装饰纹样呈现了一种与古典主义美学截然不同的风格。这些独特的艺术形式为洛可可艺术提供了灵感来源，使得欧洲艺术家，特别是那些专注于工艺艺术的创作者，获得了更多的选择和借鉴对象，于是“民族景观”（Ethnoscapes）在交易之中应运而生，其关乎人们如何跨越国界探寻文化体验和身份认同。在挑战古典主义美学和艺术形式的过程中，英国美学家威廉·霍戈斯也利用中国艺术的特点来支持洛可可艺术的合理性。

年鉴学派强调物品作为交换和象征的角色，其在不同文化区域之间的流通和影响。这种定义使他们能够深入研究物品与社会、经济和文化之间的相互关系。在造型层面，中国风格也为洛可可艺术提供了突破构图边界的可能——通过流动的线条与动态的韵律，构建出一种兼具优雅、感官愉悦与非对称美学的艺术范式<sup>[12]</sup>。

18世纪由于印刷术的传播与识字率的提升，“技术景观”（Technoscapes）的交流对交易也产生了影响。华托的作品通过铜版画和蚀刻版画的复制，突破了原作的物理限制，以低廉的价格和便携的形式跨越地理边界，进入更广泛的社会阶



层。朱利安不仅是华托作品的收藏家，还是版画出版领域的先驱。他委托制作的华托作品版画集《朱利安收藏》在当时是非常罕见的，这种做法不仅提高了华托作品的知名度，也为艺术品的复制和传播开辟了新的途径。这种技术赋能不仅降低了艺术消费的门槛，更重构了艺术品的文化意义：从独一无二的“珍品”转变为可共享的“景观”。“生活越来越自由、越来越有个性，艺术中‘宏大’的展示性风格逐渐消亡……艺术不再表现权力和气魄，而是展现生活的美和优雅，艺术的目的不再是感染人、征服人，而是让人们感受刺激和愉悦”<sup>[13]</sup>。

华托不仅在绘画领域为洛可可艺术开辟先河，其作品也对时尚设计产生了深远影响。设计师从华托留下的绘画中复制出一种被称为“华托褶皱”的背部别致设计，这种样式成为18世纪女性服装中的标志性元素。利玛的研究聚焦于华托作品中蕴含的时尚元素，探讨了这些元素如何反映了18世纪的社会和文化趋势。华托的作品不仅是对当时法国时尚的记录，更是对整个时尚历史的见证。这一点在全球文化流动的背景下显得尤为重要，因为它展示了时尚如何影响艺术和被艺术所影响<sup>[14]</sup>。技术景观在此既是复制工具，也是文化权力的实践场域——朱利安通过控制版画的生产与分销网络，将华托的艺术符号转化为可交易的意识形态资本。

自然科学的进步和牛顿自然法则的提出，使人们产生自由平等的思想，新兴资产阶级由于注重个人趣味和享乐，于是要求符合他们审美趣味的艺术产生<sup>[15]</sup>。技术景观重构了艺术接受的方式。华托的《舟发西苔岛》通过版画复制衍生出戏剧、诗歌甚至瓷器纹饰等跨媒介表达，其原初的贵族田园叙事被不断赋予资产阶级的浪漫想象。“雅宴体”所蕴含的“对酣畅淋漓、无忧无虑享受生命乐趣的渴望”<sup>[16]</sup>，恰好契合了启蒙时代对个人幸福的追求，因而在跨文化传播中被不断重新诠释。

在全球化视野下，华托案例揭示了技术景观的双重性：它既是文化民主化的推手，也是权力再编码的媒介。当洛可可曲线通过版画呈现于中国外销瓷上，或英国庄园主凭借复刻版画模仿凡尔赛宫的装饰时，技术景观已悄然成为意识形态景观的共谋者——它既传播美学的解放性，亦再生生产着殖民时代的文化等级制。

## 五、媒体景观的悖论：热尔桑画店与信息传递

在全球化视阈下，“媒体景观”（Mediascapes）更是作为信息的集散地，极大地加速了信息的获取和传播，影响了人们对世界的看法。艺术品的新闻、评论、展览信息和市场动态可以通过媒体传播，使艺术市场参与者能够积极响应。

华托的艺术生涯正值18世纪法国艺术市场日益繁荣的时期，这一市场呈现出由收藏家、交易商和鉴赏家构成复杂网络的明显特征。在华托作品进入艺术市场的过程中，媒体景观的形成离不开艺术品经销商埃德姆-弗朗索瓦·热尔桑（Edme-François Gersaint）、赞助人兼收藏家让·德·朱利安（Jean De Jullienne）和版画商皮埃尔·让·马里埃特（Pierre-Jean Mariette）。这些人物的行动和决策不仅影响了华托作品的流通，同时影响了他在艺术史上的地位。

著名鉴赏家马里埃特对朱利安的艺术收藏销售目录的注释，为我们提供了了解当时市场动态的宝贵视角<sup>[17]</sup>。马里埃特对艺术品的质量、归属和真实性的详细评论，包括对华托作品的评论，揭示了艺术市场的复杂性以及鉴赏家在确定艺术品价格和出处方面的关键作用。

热尔桑首次编制了详细的作品目录和艺术家传记以供客人了解华托艺术，这一充满先驱性的运作和销售方式使得艺术品经销商成为艺术市场上的主导者<sup>[18]</sup>。《热尔桑的画店》的出现，源自华托为其好友——画商杰尔桑在巴黎绘制的一幅广告招牌。该作品挑战了传统的分类，将商业行为中的精英人物与休闲场景融合，从而质疑了既

定的流派和等级制度，其语义可以在资产阶级消费文化的社会矩阵中重新定位，可以被视为在“媒体景观”的塑造下进行的文化模仿，通过有说服力的视觉广告产生社会标志，在逐渐混淆和开放的语义领域传递信息。

在讨论华托的《热尔桑的画店》时，安德鲁·麦克莱伦（Andrew McLellan）注意到“形象与现实之间的张力”<sup>[19]</sup>。通过这种张力，华托对商人商店内部的理想化描绘与热尔桑画店的现实情况和现实生活中的社会地位之间的差异被凸显。在创作这幅画的时候，热尔桑与他所渴望有一天会成为的商人相去甚远。麦克莱伦揭示了一个更广泛的紧张关系：商业世界与学者世界之间的紧张关系。

华托以视觉修辞策略既揭示了艺术生产的商业本质，又保持了必要的审美距离。《热尔桑的画店》就像一个广告，它承诺了一种可以通过购买而获得的生活方式。这种生活方式源于拥有里面所出售的物品——它既具有字面意义，呈现出“现实”的形象，又具有通过社会文化联想所构建的隐含意义；不仅展现了当代即时性，也展现了一种充满希望的潜在生活，更重要的是展示了商业与文化的融合。字面意义即经销商的商店，被隐含意义即拥有更好生活的共同愿望所压制。他所描绘的世界如此令人信服，以至于画作本身也在这个过程中发生了变化。“人们知道这项工作的成功，它吸引了过路人的目光；甚至连最熟练的画家也来过几次欣赏”<sup>[20]</sup>。

在很短的时间内，这幅画作为招牌，就受到了极大的关注和好评。画作的角落曾经被折叠，以适应画店拱门入口下的新月形空间，现在被展开成原来的矩形，然后被装裱起来，作为一件艺术品展出。

很快，西方迈入现代工业社会，艺术市场的结构也随之悄然变化，使得现代画廊作为一种独特的制度形式，在 19 世纪的法国应运而生。集展

览、收藏、销售于一体的画廊取代了仅具有代销功能的画店，开始成为公开陈列美术作品以供人鉴赏的主流场所和现代艺术交易的主要场所。

此外，芝加哥艺术学院的学术目录也突出了华托作品在艺术收藏中的重要性，收录了华托与其他 17—18 世纪主要艺术家的作品<sup>[21]</sup>。这些收藏涵盖了各种艺术类型，凸显了华托作品的持久吸引力及其所受的高度评价。

而被芝加哥艺术学院学者重新认定为华托作品的《田园节庆》，最初被认为是让-巴蒂斯特·帕特或其追随者的作品。这一发现突显了在归属和评估华托作品方面的挑战。不仅强调了在鉴定华托画作时所需的技术和风格分析，还反映了随时间变化对他的艺术的看法和评价的波动<sup>[22]</sup>。

“媒体景观”随着时代发展而不断变迁，在当下全球化浪潮中，艺术和文化的交流变得前所未有的密切。艺术家、策展人、批评家和收藏家通过各种媒体平台分享他们的作品和观点，从而跨越了地理和文化的界限。这种即时和广泛的信息流动不仅促进了艺术作品的全球可见性，也为艺术市场的包容性铺平了道路。

## 六、结语

过去 200 多年来，关于经济学和社会学的认知陷入固化，学界大多认为经济学是基础，其他学科都依赖于经济学而存在。而马克·格兰诺维特提出所有的经济活动都是社会性的，把二者关系颠倒了过来<sup>[23]</sup>。

华托案例证明，艺术市场史研究须转变“经济决定论”的单向逻辑。金融景观的资本流动、意识形态的阶级表演、技术景观的复制革命与媒体景观的符号生产，共同构成了一个纠缠的“行动者网络”。当代艺术市场依然延续着类似的逻辑：资本的全球化加速了艺术品的跨境流通，数字技术重构了传播与接受的路径，而社交媒体则赋予了艺术符号新的解读语境。

在这一意义上，18 世纪的华托与 21 世纪的

我们共享着同一种文化经济的本质——景观的构建从未停止，而符号的流动永无止境。

## 参考文献

- [1] 陈慧婷. 明清“行乐图”与华托“雅宴图”绘画主题比较研究[J]. 美术观察, 2022(4): 76-77.
- [2] 刘春华. 欢愉背后的沧桑: 华托画中的精神[J]. 南京艺术学院学报(美术与设计版), 2004(1): 123-125.
- [3] 高伟川. 试论“罗可可”画家华托艺术中的现实主义因素[J]. 美术, 1993(12): 85-89.
- [4] APPADURAI A. Disjuncture and difference in the global cultural economy[J]. Theory, Culture & Society, 1990, 7(2/3): 295-310.
- [5] TAMBLING K Y. Making the crossing: seduction, space and time in the art of Jean-Antoine Watteau and William Hogart[D]. London: Birkbeck, University of London, 2019.
- [6] Jean-AntoineWatteau[EB/OL]. <https://zh.artprice.com/artist/30327/jean-antoine-watteau/index>.
- [7] 范佳宁. 全球文化与本土文化的互动[D]. 北京: 中国艺术研究院, 2022.
- [8] ROE B C. Rethinking Watteau in the context of early eighteenth-century bourgeois culture[D]. New York, CUNY Academic Works, 2022, 27.
- [9] 马莉. 十八世纪中法艺术赞助对绘画风格的影响[D]. 景德镇: 景德镇陶瓷大学, 2019.
- [10] OLIVER W. Watteau, through the Cracks[J]. The Art Bulletin, 2018, 100(2): 42.
- [11] KWASS M. Between Words and Things: “La Querelle du luxe” in the Eighteenth Century[J]. MLN, 2015, 130(4): 771-782.
- [12] SCALBERT I. The Rococo Revolution[J]. AA Files, 1999(39): 13.
- [13] [匈] 阿诺尔德·豪泽尔. 艺术社会史[M]. 北京: 商务印书馆, 2015: 283.
- [14] LIMA L F. Na trama das aparências : moda e arte na obra de Antoine Watteau (1684 - 1721) [D]. Porto Alegre: Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 2015-08-31.
- [15] 宁钢, 孔铮桢. 18世纪中西陶瓷装饰风格比较研究[J]. 艺术百家, 2007(5): 102-105.
- [16] [匈] 阿诺尔德·豪泽尔. 艺术社会史[M]. 北京: 商务印书馆, 2015: 279.
- [17] HOT E G. An English translation of Jullienne's biography is available in Holt, Documentary History of Art[M]. New York: Doubleday Anchor Books, 1958: 305-310.
- [18] SHERIFF M D. Antoine Watteau: perspectives on the artist and the culture of his time[M]. Newark: University of Delaware Press, 2006.
- [19] MCCLELLAN A. Watteau's dealer: gersaint and the marketing of art in eighteenth-century Paris[J]. The Art Bulletin, 1996, 78(3): 439-453.
- [20] POSNER D. Antoine Watteau[M]. London: Weidenfeld & Nicolson, 1984: 42.
- [21] WARNER M, FEINBERG L J, WOLFF M. French and British Paintings from 1600 to 1800 in the Art Institute of Chicago: A Catalogue of the Collection[M]. Chicago: Art Institute of Chicago, 1996.
- [22] Uncovering Watteau[EB/OL]. <https://archive.artic.edu/sciarttech/2e1.html>.
- [23] GRANOVETTER M. Society and economy: framework and principles[M]. Cambridge: Harvard University Press, Belknap Press, 2017.