

艺术产业化的 历程反思与理论诠释

Yishu Chanyehua De
Licheng Fansi Yu Lilun Quanshi

张冬梅◎著

自古以来，艺术活动和经济活动在人类生产以及生活实践中均具有令人心神激荡的魅力和价值。

艺术不仅是人类生存状况的审美反映，而且也是一种以特殊的方式推动社会经济基础实现发展的积极而又有效的力量，艺术产业化是生产力发展到一定阶段的必然产物。

东北师范大学博士后文库

艺术产业化的历程反思 与理论诠释

张冬梅 著

中国社会科学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

艺术产业化的历程反思与理论诠释/张冬梅著. —北京:
中国社会科学出版社, 2008. 6

ISBN 978 - 7 - 5004 - 6881 - 3

I. 艺… II. 张… III. 艺术—产业—研究—中国
IV. J124

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 051827 号

策划编辑 卢小生 (E-mail: georgelu@vip.sina.com/georgelu99@yahoo.cn)

责任编辑 卢小生

责任校对 周 昊

封面设计 久品轩

技术编辑 李 建

出版发行 **中国社会科学出版社**

社 址 北京鼓楼西大街甲 158 号

邮 编 100720

电 话 010 - 84029450 (邮购)

网 址 <http://www.csspw.cn>

经 销 新华书店

印 刷 北京新魏印刷厂

装 订 丰华装订厂

版 次 2008 年 6 月第 1 版

印 次 2008 年 6 月第 1 次印刷

开 本 710 × 1000 1/16

插 页 2

印 张 13.25

印 数 1—6000 册

字 数 221 千字

定 价 26.00 元

凡购买中国社会科学出版社图书, 如有质量问题请与本社发行部联系调换
版权所有 侵权必究

序

冬梅来电告知，她的博士论文就要出版了。不久就邮来了《艺术产业化的历程反思与理论诠释》的书稿，并请我写一篇序，这是我非常高兴和愿意做的一件事，也就欣然答应了。冬梅的论文，在参加答辩的时候曾得到好评。但她不满足已有的成绩，毕业后，兢兢业业，孜孜不倦，经过几年的继续研究和修改，现在的文稿，内容更加充实，论述更加缜密，文字更加通畅、练达，篇幅也增加了许多，阅后感到十分欣慰。

改革开放以来，我们的社会发生了深刻的变化，建设中国特色社会主义，实行社会主义市场经济，所有这一切，给文学艺术性质、存在状态及其发展都带来了什么呢？对于审美的艺术创造，对于艺术实践具有什么意义呢？在社会主义市场经济条件下，我们应该继续提倡和发展公益性的文化艺术事业，但艺术的产业化生产已逐渐成为艺术生产、艺术存在和发展的主要形式。它的一个重要特点是：这种新的艺术生产形态同时也是新的经济形态，产业化的艺术生产既与物质生产的经济形态不同，也与传统的艺术生产形态不同。这不仅是观念的变化，而且是艺术生产方式和机制的改变。在艺术产业化生产下的艺术产品，既具有审美属性，又具有商品属性。艺术的产业化生产和艺术品的双重属性改变了艺术生产及作家和艺术家艺术创作的环境和条件，引起了人的审美需要、审美观念和审美方式的变化，同时提出了科学技术对于艺术生产产业化的作用，艺术的生产和消费，文学艺术的社会效益和经济效益等一系列新的重大理论和实践问题。这些都是我们面临的必须回答的问题。作者根据马克思关于全面生产和艺术生产的理论，立足新时期艺术实践的经验，把艺术生产的产业化问题作为课题，回答时代提出的新课题，这是非常有意义的。当然，这样的课

题、类似的课题也有人做过，也有做得很好的，但多数局限于具体的专业层面和操作层面，该书着重对社会主义市场经济下的艺术生产和艺术产业化问题进行宏观的总体性的理论把握，同时又不忽视具体的专业问题，因而富有创意，这对于一个青年学者来说是难能可贵的。本书还有以下几个特点值得提出来。

第一，直面现实的精神。近几年来，在报刊上、在会议上，大家都在讨论马克思主义文艺理论的中国化，但又很少认真地系统地去研究现实的问题。什么是马克思主义文艺理论的中国化？要做到马克思主义文艺理论中国化，最根本的就在于用马克思主义的一般原理和美学原理去研究中国当前的文艺实际，离开对当前文艺实践的研究，马克思主义文艺理论的中国化只能是一句空话。马克思主义理论是与时俱进的，中国化与当代化又是分不开的；没有当代化，也就没有中国化，也就没有马克思理论和马克思文艺理论的生命力。我们正处在社会主义初级阶段，实行的是社会主义市场经济，产业化的艺术生产已经成为艺术生产的主要形式。文艺家在这样的社会条件下从事艺术创作，就是我们面临的实际。这部书最大的优点在于，以直面现实的精神，面向当代艺术生产和审美艺术创造的实际，把产业化的艺术生产作为自己研究的课题，研究并回答当下艺术实践提出的问题。这是真正具有全局性的前沿理论。这样的研究，为马克思主义全面生产和艺术生产的理论注入了新的时代的内容，充分显示出马克思主义及其艺术理论的生命力。

第二，在论述艺术生产和产业化的艺术生产及其相关问题时，该书始终强调科学的历史的精神。马克思和恩格斯指出，一切科学都是历史的科学。实践、历史优先于理论、逻辑。这就要求我们研究任何问题时，都要从实践出发，在历史发展过程中并把它放在一定的历史条件下加以把握和分析。本书对马克思艺术生产理论进行一般理论和逻辑的分析是必要的，但要旨是研究不同历史阶段的艺术生产及其不同的性质、形式和特点，着重讨论了现阶段艺术生产的性质、形式和特点，论证了艺术生产产业化的历史的必然性和合理性，论证了产业化的艺术生产是现阶段艺术生产必然采取的形式，有很强的历史感，达到了实践和理论、历史和逻辑的较好的统一。

第三，艺术生产产业化表明艺术生产不仅是审美的艺术创造，它同时

还是一种经济行为，是经济的一个组成部分。产业化的艺术生产不仅要服从审美艺术创造的规律，同时要服从经济规律。如果违反了经济规律，就无法进行产业化的艺术生产和再生产。产业化的艺术生产作为一种经济行为，和一切商品生产一样，它追求的是利润，有一个资本和劳动、投入和产出、生产和消费的问题。而艺术生产作为一种审美活动，它与实用的功利疏远，它满足的是人的精神的审美需要。那么，产业化的艺术生产中的经济追求与审美追求，它们能统一在一起吗？在这里，作者对两者的关系做了深入的辩证的分析。时下不少论者更多地看到经济追求对艺术的消极的负面的作用，本书在论述中认真地分析了经济追求的消极的负面作用，但更重视艺术生产的产业化对发展和繁荣文化艺术的积极作用，把两者的关系讲得较为清楚。依托高科技，促进艺术生产的产业化，坚持社会效益第一，努力做到社会效益和经济效益的统一，是发展和繁荣社会主义先进文化，满足人民群众日益增长的文化艺术需要的必由之路。对于从事艺术生产的文艺工作者来说，任何时候都不能忘记，艺术生产的根本目的是为了满足人的精神的审美愉悦，提升人的精神境界，促进人的全面发展，推动社会进步。

本书还有其他特点或优点，以上三点是较为突出的。当然，书中也有一些不够准确或有待进一步深入讨论的地方，比如，马克思对亚当·斯密关于生产劳动和非生产劳动理论的论述及其意义，与马克思艺术生产理论就有直接关系，这就是一个需要进一步深入讨论的问题。更重要的是我国产业化的艺术生产的实践还处于起步阶段，随着实践的进一步发展，需要我们在理论上进一步加以概括和提升，实践中也会不断地提出新问题，需要我们去研究和解决。论文进行了修改，该书即将出版，但这个课题的研究并没有结束。希望冬梅进一步开阔思路，继续关注艺术生产和艺术产业化的实践，不间断地进行后续研究，以取得更大的成就，这是我所期盼和希望的。是为序。

应必诚

2007年11月于复旦大学

引 言

自古以来，艺术活动和经济活动在人类生产以及生活实践中均具有着令人心神激荡的魅力和价值，其存在与发展也具有着各自的内在动因和规律法则。一般来说，艺术活动疏远功利，它以满足人类的精神——审美愉悦为主要目的，具有个体自由创造的特点；而经济活动则以满足人类的实用需要为出发点，讲究规范化操作，并通过批量化生产来获取最佳经济效益。在理论研究中，两者有着各自严密的概念、范畴以及体系，往往被认为是相容的领域。

在西方一些古典经济学家看来，艺术是人们在闲暇时间里所从事的活动，这种活动通常不能增加国民财富，艺术只能被形而上地关注。但正如我们所认识到的，艺术本身是包含有大量历史的、现实的乃至未来因素的复杂建构，是一个具有多项功能的复合体，它与政治、经济以及社会发展之间存在着千丝万缕、无法割断的联系。前苏联美学家斯托洛维奇在《审美价值的本质》一书中所指出的，艺术的价值可以沿着由创造—生产方面和反映—信息方面组成纵轴、由心理方面和社会方面组成横轴的十字坐标向外扩展，从而形成一个由启迪、认识、净化、娱乐、预测、劝导、交际等十几种功用的环状图。无论从哪个角度看，艺术都具有很强的社会影响力和综合吸引力，这就决定了艺术在社会生产生活中必然会扮演多种角色。

伴随着人类的现代化进程，整个国际社会的物质财富迅速增长，文化的水准不断提高，社会的需求结构和消费结构正在发生着深刻变化。随着文化经济时代的到来，人类的有效需求已从纯粹的衣、食、住、行

2 艺术产业化的历程反思与理论诠释

转向精神追求和审美体验^①，精神—艺术消费成分的不断增加使文化艺术产业成为社会生产中不可或缺的现实需要。在此种历史语境中，艺术活动的经济功能日益凸显。在1999年10月的意大利佛罗伦萨会议上，世界银行提出：文化是经济发展的重要组成部分；文化也将是世界经济运作方式与条件的重要因素。未来的经济学不仅要关注商品价格、供求关系、利润指标等经济要素，而且更要关注知识、信息乃至审美、心理等精神文化要素。我们说，艺术不仅是人类生存状况的审美反映，而且也是一种以特殊的方式推动社会经济基础实现发展的积极而有效的力量，是生产力发展到一定阶段的必然产物。艺术与经济在产业域有机的融合，推动了一些相关精神—艺术消费行业如音像业、文学出版业、影视业、演出娱乐业、艺术品业的发展，使这两个界限曾经颇为分明的领域在当今时代有了新的活动形态。“艺术女神”与“经济巨人”的联姻以及不断碰撞出的激情和奇异的风采，正在产生具有时代特征和精神光彩的综合效应。

从某种意义上说，认识当今时代的艺术变迁，有效地解释今天的艺术现实，需要我们认识其相应的艺术生产方式。产业化的生产方式已给艺术生产注入了强劲的生命力，使艺术生产获得了新的活动平台，其影响远非任何程度的外部冲击可以形容。这不仅是观念的转换，更是生产机制的变迁。它已深入到艺术生产的内部机制，直接影响到艺术的生成方式、产品样态、传播方式、价值功效等等的重大转变，成为引发艺术生产活动变迁的内在动力之一。从本质上看，艺术产业作为一种与经济活动密切相关的新的经济形态，它并不是艺术与经济的简单相加，也不是用一般经济的观念、原则、方式等就能机械地付诸实践的。由于艺术产

^① “恩格尔系数”是国际上衡量生活质量的一项综合指标，它是指食品消费支出占家庭消费总支出的比重。这一指标客观地反映了不同收入、不同价格水平下各国居民的生活状况。联合国粮农组织曾提出一个以恩格尔系数判定生活发展阶段的标准：60%以上为贫困，50%~60%为温饱，40%~50%为小康，30%~40%为富裕，30%以下为最富裕。目前，欧美发达国家一般为20%左右。1981年，我国城镇居民恩格尔系数为56.7%，1989年降至54.5%。1994年首次跌破50%大关，2001年则更降至37.9%。恩格尔系数的下降不仅反映了人民生活水平的提高，而且也说明，人们有更多的钱可以花在非物质的消费，如文化、教育、旅游、健康等。参见《中国文化报》2003年5月21日。

业涵括着丰富的精神层面的要素，它有着更为复杂、独特的组织结构和运行机制。

关于艺术产业化的相关问题研究在国内理论界虽然已取得了一定成果，但比照实践状况，问题仍然很多。由于对市场、资本等范畴有意无意地回避，艺术产业域关涉的一些根本性的问题尚未得到确切地说明或解决，这一领域仍然是“问题领域”。通过文献检索和资料查阅，与本论题相关的提法或阐述多散见于党政部门，以及文联、作协等等的文件、报告当中。就当前已经取得的成果看，大多数论者或将艺术生产研究局限于自身，较少系统地解析在市场语境中艺术的资本价值和实践特征；或者滞留于理论演绎，少有注意到文化艺术的产业化实践与现实环境、与当今社会历史进程的深层关联。一些学者分别从“商品化”、“市场化”等角度进行阐述，并取得了可观的成果，但依旧存有大量模糊不清的认识。尤其是艺术生产进入规模渐大且流通市场相当发育的阶段，上述适用于个体发展和内部结构调整的带有阶段性痕迹的概念就会显得缺少张力。

艺术生产的产业化实践已远远地走在了理论研究的前面。像我们这样的艺术产业后发国家，尤其要做的是确保形成对艺术产业已呈现的各种问题和潜在问题的普遍性共识。对这一重要历史阶段的艺术生产活动进行系统的研究和探索，探寻艺术与经济之间的内在联系以及特定概念的逻辑转换，实现理论研究与实践的深层对接，在当前已表现出不容忽视的学术必要性。

一、本书的相关概念剖析

“产业”是一个在国民经济领域应用极为普遍的概念，但就如何做出

恰当的界定学术界尚存在着一定的争议^①。通常而言,“产业”缘起于人类的生产实践活动。随着人类社会生产的历史展开和不断前行,产业的内涵和外延在不同历史时期也呈现出不同的意蕴。在马克思看来,产业的产生和发展是社会分工发展的必然结果。在远古的旧石器时代,社会生产力水平低下,人类只靠采集、狩猎为生,原始群体共同劳作,产业尚未形成。从旧石器到新石器时代,人类社会经历了一个重要转折,这就是由于分工导致的农业的出现。农业是整个古代世界的决定性的生产部门,所以产业在当时主要指农业。此后,随着三次社会大分工的出现,形成了农业、畜牧业、手工业和商业等产业部门。

18 世纪下半叶的产业革命,把工业推上了历史的舞台。机器大工业成为社会经济发展的主导力量。随着工业同手工业的分离以及工业内部特殊分工的形成,多种产业部门迅速地发展起来。尤其是许多新兴服务部门,例如,旅游、娱乐、教育、家政、信息等组织机构的发展,丰富着传统产业的格局。随着生产力的进一步发展,以服务业为代表的第三产业在社会生活中越来越引人注目。这时,产业的含义也在扩展,由农业经济时

① 目前在产业经济学研究领域中,对“产业”概念的界定和论说如下:

(1) 产业原指各种物质生产部门,一般不包括商业,有时专门指工业。第三产业兴起后,泛指各种制造或提供物质产品、流通手段、服务劳动等的企业和组织(于光远:《经济学大辞典》,上海辞书出版社 1991 年版,第 838 页)。

(2) 在英文中,产业(industry)既可以指工业,又可以指国民经济中的多个具体产业部分。如工业、农业、服务业或者具体的行业部门(臧旭恒等:《产业经济学》,经济科学出版社 2002 年版,第 5 页)。

(3) 产业是完全竞争市场结构下的许多生产同质产品又相互竞争的企业([英]戴维·皮尔斯:《现代经济学辞典》,北京航空航天大学出版社 1992 年版,第 258 页)。

(4) 简单地说,产业是指具有某类共同特性的企业集合(杨公仆等:《产业经济学教程》,上海财经大学出版社 2002 年版,第 1 页)。

(5) 产业是国民经济中具有同一性质,承担一定社会经济功能的生产或其他经济社会活动单位所构成的,具有相当规模和社会影响的组织结构体系(戴伯勋等:《现代产业经济学》,经济管理出版社 2001 年版,第 51 页)。

(6) 产业是国民经济中按照一定的社会分工原则,为满足社会某种需要而划分的、从事产品和劳务生产及经营的各个部门。它包括国民经济的各行各业,大至部门,小至行业,从生产到流通、服务以及文化、教育等等的各行各业都可称为“产业”(史忠良:《产业经济学》,经济管理出版社 1997 年版,第 1 页)。

(7) 产业是指从事国民经济中同性质的生产或其他社会、经济活动的企业、事业单位、机关团体和个体的总和(《产业政策手册》,经济管理出版社 1990 年版,第 549 页)。

代的主要指农业，扩展到资本主义工业高度发展时期的主要指工业，再扩展到近代以后可以包括农业、工业、服务业三大产业及其细分的各个部类。

在当代社会中，凡是具有投入产出活动的单位和个人都可以纳入产业的范畴，产业不仅包括物质生产领域的活动，也包括非物质生产领域的活动。

从产业结构升级的内在逻辑与经济规律的规律看，人类经济活动首先是满足最基本的生存需要，解决温饱等问题；接着是满足发展需要和精神、心理上的享受性需要，包括教育、娱乐、审美、休闲等方面的问题。人类社会继农业经济、工业经济之后，正在进入服务经济、知识经济和体验经济时期。当前，人类的体验型需求正在成为一种模糊各种产业界限的融合剂。丹麦未来学家沃尔夫·伦森认为，人类在经历狩猎社会、农业社会、工业社会和信息社会之后，将进入一个以关注梦想、历险、精神以及情感生活为特征的梦幻社会。他断言，未来人们从商品中购买的主要是故事、传奇、感情及生活方式。贫穷将被重新定义为“无力满足物质需要以外的需求”。随着人类对服务业、娱乐业、旅游业、影视业、信息业、网络业的日益增加的需求，未来的经济学将让位于心理学，心灵资源的开发和心理需求的满足将成为人类生产和生活领域的中心。而心灵资源的占有和消费，正是文化消费的本质^①。

“产业化”是近年来在社会生产的多种领域被广泛使用的一个概念。如农业产业化、高科技产业化、教育产业化、体育产业化、文化艺术产业化，等等。在社会历史意义上，产业化是指从产业革命开始一直不断地延续到今天的、使人类的生活形态发生了根本性变化的技术上和经济上的变迁过程。从技术层面来说，产业化是指用非生物能（如蒸汽、电力，原子能）取代生物能（人力及畜力）作为经济生产中的动力来源。

产业化的意义体现为从自给自足经济向市场交换经济、从自营中心的经济向雇用经济中心的结构变迁。在人类社会历史进程中，产业化与现代化呈现出并列、平行发展的态势，它们同为考察社会历史结构变迁的重要概念。因为“产业化是技术、经济领域中的事情，但在技术革新的背后

^① 参见《中国创意产业的六个核心命题》，<http://www.ccgov.org.cn/2006年12月22日>。

有着近代科学的发展。所以，它依赖于文化领域中的科学革命（近代科学的形成）以及由科学为之奠定基础的合理精神的形成。另一方面，这种合理精神又打破了强制推行与生俱来的身份差别的中世纪政治秩序——专制主义的动力”^①。社会发展的变迁在一定意义上是催发艺术生产经济属性自觉的重要基点。艺术产业化是人类历史在现代化进程中发生在精神文化领域的一个必经过程，社会生产结构变迁的一种具体体现。

正如诸多学者指出，文化产业将成为人类 21 世纪富有生机和活力的支柱产业，它正在向世界各国展示着它的光明的发展空间。在这个支柱产业中，包括美术品业、文艺演出业、影视业、音像业、文学出版业等等的“艺术产业”是最基本也是最具有代表性的重要组成部分，其所产生的巨大的社会效益和经济效益是其他文化形式所不可比拟的。

众所周知，艺术是文化场域中最为活跃、最有影响的部类，它神态万千、形式多姿，处在人类生生不息的生命运动当中。关于艺术的概念及其嬗变，H. G. 布洛克曾花费过大量笔墨进行过分析、比较，尽管他没有得出关于艺术的清晰而完整的定义，但他指出了艺术概念本身是一个发展的过程，而不是结果^②。从历史角度看，人们对艺术的认识是不同的。任何关于艺术本性的话语活动只能建筑在人类的艺术实践及其认识水平之上。如原始洞窟壁画，“在上古社会并不具有艺术的意义，只是为猎获图腾动物而施展的一种巫术手段，具有经济实用价值。反之，在原始人看来属于美的创作的文身、切痕等，今天的许多人已不再视之为艺术了”^③。

从古至今，不同的艺术理论家、美学家之所以有着不同的关于艺术的定义和概念，主要源自于他们对艺术功能的理解和重视的差异。尽管如维特根斯坦所主张的，艺术和美都是一种开放的而不是封闭的概念，但作为理论研究，作为深入研究的依据，概念的基本界定仍是必要的。通常而言，艺术是人类的一种有目的的活动，是人类有意识地根据美的规律创造出来的人的意向的存在物。艺术活动是在伦理的、政治的、宗教的、经济的以及审美的相互溶解和综合的价值氛围中发生和发展的。艺术既是审美

① [日] 富永健一：《社会结构与社会变迁》，董兴华译，云南人民出版社 1988 年版，第 2 页。

② [美] H. G. 布洛克：《美学新解》，滕守尧译，辽宁人民出版社 1987 年版，第 285～311 页。

③ 李向民：《中国艺术经济史》，江苏教育出版社 1995 年版，第 2 页。

的意识形态，也是审美的价值创造；“艺术生产”不仅是个体的审美的自由创造，同时也是社会性的生产劳动，是一个包括生产、流通、交换、消费等环节的动态流程。

产业化的生产方式是社会化大生产的高级运作方式，它有别于手工作坊式的封闭的自然经济的生产方式，也是对传统计划经济体制下的生产方式的一种僭越。随着产业化方式的引入，社会生产的诸多领域开始产生与旧有生存形态的区别，呈现出人类生产结构系统革命性变化的趋向。对于中国人而言，“艺术”与“产业”或者说艺术产业化，在传统观念中是很少相连的。作为艺术的连接词通常是“事业”，艺术建设一直采用的是计划经济下由国家统一规划、统一领导、统一步调的“事业型”模式^①，艺术生产的意识形态性等上层建筑性质以及非商业性是国人长期以来的共识。

“艺术产业化”、“艺术产业”是艺术生产在社会经济发展到一定阶段的产物。从类型上讲，将涉及艺术发展史上存在的多种艺术样式，如音乐、舞蹈、文学、戏剧、美术、影视、曲艺、摄影、杂技，等等。艺术生产的市场功能和产业性质是随着现代科技革命的推动、市场经济的成熟而日渐显露的。市场经济的发展为艺术商品化提供了基础，并造就了艺术产业的繁荣。“产业化”这一概念和以前的“商品化”等概念并不矛盾。它不单指某一个产业本身的产品生产、生产技术或者是营销方法等，它凸显的是一个整体性的思维，在当前历史语境中更具有涵盖力。就中国而言，社会主义市场经济作为当代中国社会结构和文化生态的基础，广泛而深刻地影响着社会生产和生活的诸多领域。市场经济体制下，艺术生产诸种形态的变化，带来的是艺术存在形态、生产机制、传播方式、接受途径以及整体格局的变化，孕育着整个中国文化艺术建设的形态性变化。在新的历史条件下，艺术事业与艺术产业是我国文化艺术建设过程中互有交叉渗透又相互独立的两种形态。艺术事业作为重要的社会公益事业之一，向社会

^① 1984年全国编制会议上印发的《关于国务院各部门直属事业单位编制管理的试行办法（讨论稿）》中对“事业单位”是如此界定的：“凡是为国家创造或改善生产条件，从事为国民经济、人民文化生活、增进福利等服务活动，不是以为国家积累资金为直接目的的单位，可定为事业单位。”

提供着公共产品和公共文化服务。其活动过程中尽管会有一定的门票收入、稿酬收入等经济收益,但远不能达到其艺术生产活动所付出的成本,因此运作所需要的资金主要依靠政府部门拨款,主体的主要行为是非营利活动。

艺术生产从非产业化向产业领域跃迁,是人类社会发展史上的一次历史性飞跃。日本学者名和太郎指出:“文化就是以自然为对象,通过智慧和劳动得到的创造物。”^①而文化艺术的产业化则标志着人类的发展真正开始超越自然条件和自然物质资源的制约,在实践活动中走上了依靠自身智慧、情感以及创造性成果自我发展的道路。艺术产业化是指艺术生产从计划经济体制下的按行政方式运作向市场经济体制下按产业经营方式运作的转轨,它喻示着政府管理文化艺术、管理社会的新途径。

艺术的产业化运作可以描述为一个投资、产出、获益的过程。它既是“过程”,又是“结果”。当代中国艺术产业化的发生与行进是在政府的领导下有规划、有步骤进行的。其目的是通过建立与市场机制相适应的艺术生产体系,在更大范围和更高层次上实现艺术资源的优化配置,促进文化艺术事业的发展。作为过程,艺术产业化是指艺术产品进一步市场化和规模化,艺术的生产、流通、交换、消费、投资等按照市场经济规律、现代产业标准进行运营;作为结果,是指经由政策与机制的有效依托,形成经济学意义上的“同类企业的集合体”,即以营利为目的的艺术企业以及艺术产业群的兴起和构建。

作为一个庞大的复合型产业系统,艺术产业大致包括三类部门:一是艺术生产部门。包括各类营业性艺术团体或个体艺术家,如剧团、影视公司、文学创作组,以及出售艺术作品的画家、书法家、工艺美术家,等等。二是艺术传播部门。包括各类营业性的艺术纪念馆、博物馆、美术馆、影剧院、文艺出版社、文艺表演队等。三是艺术经营部门。如拍卖行、画廊、艺术品交易场所、艺术经纪人等^②。关于艺术的产业化研究,在一定意义上与其说是对艺术实践的一个理论回应,不如说是一种现实。随着市场经济的健全与发展,用产业化的艺术生产方式来推进艺术事业的

① [日] 名和太郎:《经济与文化》,郝玉珍译,中国经济出版社1987年版,第97页。

② 参见李向民《现代艺术市场的几个理论问题》,《复旦学报》1993年第3期。

发展，推动先进文化的建设，将日益成为中国社会主义文化艺术建设的重要动力。

二、本书的研究思路及主要内容

从反映论的角度看，艺术是社会生活和生产实践的形象反映者；从艺术生产理论的角度看，艺术作为生产的一种特殊形式，已成为生产活动的参与者，本身就构成了社会生产的重要内容。艺术生产的自身发展已经把我们带入了更为宽阔的活动领域。一切理论都需要诠释这个阶段。正像不同的视角可以透视到不同的景观一样，研究当代艺术生产也可以有不同的视野和方法。将艺术生产置于人类总体社会生产系统中来研究，可以为我们提供一个新的视野和角度，使我们能在更广泛和更深刻的意义上来理解艺术产业化的现象和历程。

综而观之，目前对艺术产业化的探究主要存在着两种“入思”的路径或模式：一是以美学规范为基点，坚守艺术的标准；一是以经济学所推崇的效率和预期收益为中心而展开的艺术产品的物质性、商品性架构。艺术是生存创造，也是生存实现。其实，人类的所有活动，都内在地包含着利益的追求。文化艺术与利益的脱节或者对立其实只是一个美丽的神话。这里并非对已有模式进行简单拼接，在对艺术产业化相关问题的梳理和辨析中，将研究视阈主要聚焦在产业化历程中艺术的生存和发展形态以及艺术产业域等基础性问题的分析上，尤为重点考察艺术生产发生变革或产生新质的一些“关键点”。基础性研究不仅是建构系统而科学的艺术产业理论体系的保证，也是开发研究和应用研究直接的理性指导。

艺术产业理论体系的建构是以“艺术生产”这一范畴为逻辑起点的。基于此，本书以马克思的全面生产理论，尤其是精神——艺术生产理论为指导，同时也试图吸收其他相关理论的有益成分，着重探究艺术产业化的理论可能性抑或限度，以期为艺术产业的繁兴提供一种学理上的求证。在这里想强调的是，艺术之所以“可市场化”，艺术作品能成为产品、商品，就在于艺术创造也是一种生产活动。

由于艺术产业化不是一个孤立的问题，产业的基础是市场，所以，本书通过对艺术市场化、商品化问题的回溯性探讨，重新认识了作为商品的艺术、艺术价值的现实形态等问题，并从理论上总结了艺术的市场化进程、市场化生存对于艺术产业建构的积极推动意义。作为商品的艺术品，同样具有使用价值和价值，大都可以进入市场交换，既创造社会效益，又创造一定的经济效益。

在社会主义市场经济条件下，作为生产性劳动的艺术生产，具有生产、流通、交换、消费等社会生产的基本环节，它能够创造自身的文化积累、知识积累、资金积累等新的价值。艺术生产在市场交换中，其价值实现不但具有了直接化和最大化的可能，而且在价值实现过程中，还具有了增值化的特征（优秀艺术品的边际收益通常会呈递增态势）。而“能够增值的价值”，正是资本的一种属性。这就为艺术生产能够成为独立的产业部门，进行简单再生产和扩大再生产奠定了物质基础。在规范的社会主义市场经济状态下，艺术生产的审美价值、意识形态价值、资本价值是相互促进、辩证统一的。文化资本和经济资本之间可以达到一种有限的平衡。

产业的主体是企业。如果只有艺术家，当然可以创造出艺术品，也可以有一个散漫的接受者群；但如果没有文化企业，将难以形成稳定的文化市场和文化产业。正如我们所经历的，文学出版社等文化事业单位的企业化身份正在日趋强化，不断地调整自己的生产经营策略。由于面临着市场竞争的压力，已成为制造商的出版企业的发展逻辑不可能只关注艺术性和创造性，不得不把资源投向有市场需求的如畅销书等项目上去。它们要顾及到在竞争中稳操胜券的方方面面，否则就会因亏损而败倒途中。

以企业为主体的协作链条构建了产业化的生产方式。这是一个为了达成共同的目标，按照特定的结构方式和活动规则结合起来的开放性的、动态的人类共同体。它把不同的参与者连接起来，如艺术家、策划人、出版商、销售商，等等。这一链条通过分工合作，使艺术价值转换成商业价值，又以商业价值的实现过程促成了艺术价值的传播和实现。它是一条文化价值链，同时也是一条个体、企业组织以及社会力量的协作链。这种生产方式使艺术创作超越了个体心灵的自由想象和独语状态，走向现实化和社会化。这就需要我们突破以往的对艺术的认识论框架，把对艺术的观照从静态的认知拓展理解为人类共同体的一种活动。

在这个新型的合作的世界，艺术面临着“表达的革命”。艺术创作已不再被定义在康德所认为的艺术家个人天才的基础上，艺术家不仅仅是审美创造者，也是一位在实践行动的特定背景下工作的生产者。他们在作品中倾注了才智和感情，同时又策划着如何出售，如何与艺术中介、消费者对话。个体的美学诉求被集中、整合、纳入进职业化的生产、消费流程中，并受到生产关系中出版发行机制、稿酬制度等等因素的制约。而管理部门所采取的政策是一种与生产者对话的新形式。通过与文化企业或出版商等建立相对稳定的合作互动关系，艺术家可以克服其个体实践、文学能力、艺术思维以及发展环境的有限性。在这种商讨的、妥协的主体间对话交往的艺术世界新格局中，参与者所追求的是主体间不同利益的均衡。

积极采用先进技术提高生产能力、增加经济效益，是产业逻辑一以贯之的价值诉求。产业化生产方式的一个重要特征即是以科学技术为前提、为支撑。“复制—传播”是从技术层面解析艺术产业的关键所在。对于产业化的艺术生产方式来说，完整的生产结构可分为既联系又区别的两个阶段：一个阶段是生产产品的存在形态的阶段，这一阶段的生产活动具有创造性和唯一性，亦即“原创”阶段；另一阶段是对已经创造出来的产品进行批量化的复制、传播阶段，这一阶段可称为“后续”生产阶段。从人类一般的生产活动来看，后续生产活动的发达与否，标志着社会总体生产力的发达程度。而后续生产活动的发生及其性质、程度、范围等依赖于一定的生产技术的发展。艺术的后续生产活动，使艺术品获得了丰富、多样的存在样态。

科学技术牵引着包括艺术生产在内的精神生产的发展，为尽快实现文化创意以及艺术想象的产品化和市场化提供极大的便利。技术在促进艺术产业发展、壮大的同时，自身也在不断地发育和扩张。以此为基准，便形成了艺术产业域的技术价值观。我们可以看到，文学出版、艺术传播等行业对作为手段和载体的硬件技术的深情关注和投资，技术可能性的美好前景已给企业带来了大量的利润。由此也带来了艺术欣赏方式的变化。在传统语境中对艺术作品的欣赏是通过凝神关注、澄澈胸怀来达到的。在当下，这种美的体验更多的是演绎成了美的消遣，追求在瞬间中感官的巨大满足。而且这种满足通常以即时性、一次性为特征。强大的技术逻辑和效益原则注重的是当下的空间占有。由此我们便不难理解产业资本为何会对