

西方当代  
视觉文化  
艺术精品  
译丛



Contemporary Western  
Visual Culture & Art

常宁生 顾华明 主编

# SOCIOLOGY OF THE ARTS

## EXPLORING FINE AND POPULAR FORMS

Victoria D. Alexander

# 艺术社会学

【英】 维多利亚·D.亚历山大 著  
章浩 沈杨 译

西方当代  
视觉文化  
艺术精品译丛



Contemporary Western  
Visual Culture & Art

常宁生 顾华明 主编

# SOCIOLOGY OF THE ARTS

## EXPLORING FINE AND POPULAR FORMS

Victoria D. Alexander

### 艺术社会学

[英] 维多利亚·D.亚历山大 著

章浩 沈杨 译

**图书在版编目(CIP)数据**

艺术社会学 / (英) 亚历山大著; 章浩, 沈杨译. — 南京: 江苏美术出版社, 2008. 8  
(西方当代视觉文化艺术精品译丛)  
ISBN 978 - 7 - 5344 - 2241 - 6

I. 艺… II. ①亚…②章…③沈… III. 艺术社会学  
IV. J0 - 05

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 127047 号

本书译自 Victoria d. alexander, Blackwell Publishing Ltd, ISBN 0 - 631 - 23040 - 8, Sociology of the arts

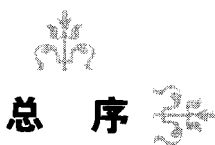
This edition is published by arrangement with Blackwell Publishing Ltd, Oxford. Translated by Jiangsu Fine Arts Publishing House from the original English language version. Responsibility of the accuracy of the translation rests solely with Jiangsu Fine Arts Publishing House and is not the responsibility of Blackwell Publishing Ltd.

登记号: 图字: 10 - 2008 - 062

主 编 常宁生 顾华明  
责任编辑 王林军  
装帧设计 卢 浩  
责任校对 赵 菁  
审 读 殷曼婷  
责任监印 贺 炜

书 名 艺术社会学  
出版发行 凤凰出版传媒集团  
江苏美术出版社(南京中央路 165 号 邮编 210009)  
集团网址 凤凰出版传媒网 <http://www.ppm.cn>  
经 销 江苏省新华发行集团有限公司  
制 版 南京展望文化发展有限公司  
印 刷 江苏新华印刷厂  
开 本 652×960 1/16  
印 张 30  
版 次 2009 年 1 月第 1 版 2009 年 1 月第 1 次印刷  
标准书号 ISBN 978 - 7 - 5344 - 2241 - 6  
定 价 46 元

营销部电话 025-83248515 83245159 营销部地址 南京市中央路 165 号 13 楼  
江苏美术出版社图书凡印装错误可向承印厂调换



## 总 序

人类的文化从视觉认知和感受的角度，可以分为文本文化和图像文化两大类。文本是人类文明发展到一定阶段为了更系统准确地传达和沟通的需要而创造的一种符号系统，图像则是人类对自然世界的模仿和想象所创造的另一种表现与传达的方式。在文字还未出现之前的史前时代，原始人类就已经开始制作图像。这一传统一直延续至今，从未中断。如果说文学、哲学、语言学研究的主要对象是以文本系统为主，那么艺术史和视觉文化研究则主要是以图像作为其研究的对象。长期以来，艺术史学科在我国一直处于相对边缘、不受重视的状态。不知是何原因，整个 20 世纪中国著名的综合性大学都具有强大的文史类专业，却很少设立艺术史和视觉文化专业学科。通常都将这些专业放在艺术院校和单科的美术学院内，而这类院校又以艺术创作与实践为主，艺术史作为公共课一直置于边缘状态。相比之下，西方的著名大学和综合院校则普遍设有艺术史与视觉传播专业，其研究和教学均产生了广泛而深远的影响。

自 20 世纪 80 年代以来，西方艺术史学科的发展出现了一些新的变化和理论的转型。这些新的变化主要表现在三个方面：一、艺术史研究的对象不再局限于“精英艺术”和“高雅艺术”，而逐渐扩展到“大众艺术”和“通俗文化图像”；二、艺术史研究的视野不再局限于西方艺术，而扩展到亚、非、拉美等世界范围的艺术图像上；三、艺术史的研究方法也不再局限于本学科的理论方法，而选择和吸收了其他相关学科

的一些方法和理论体系，如符号学、现象学、阐释学、社会学、心理学、解构主义、女性主义以及文化研究理论等。这意味着传统经典的艺术史正在向一种跨学科和多元性的新艺术史转向。美国芝加哥大学教授W.J.T.米切尔指出，当前学术界以及公共文化领域正在发生一种关系错综复杂的转型。这一转变被称为“图像的转向”，由此艺术史学科将会从理论的边缘性转化到学术中心的位置。今天，艺术图像和视觉文化研究正逐渐成为学术和文化研究的中心。

事实上，当今的时代已进入了一个视觉图像为中心的时代，电影、电视、摄影、绘画、雕塑、建筑、广告、设计、动漫、游戏、多媒体等正在互为激荡汇流。这个以图像为中心的时代也就是我们所称的图像时代或视觉文化的时代。随着图像时代的到来，视觉文化研究是近年来国际学术界出现的一个新的跨学科研究领域。视觉文化及其研究已经由一个对从事艺术史、电影与媒体研究、社会学及其他视觉研究者有用的术语，变成了一个时髦的，也许还是有争议的研究交叉学科的新方法。关于跨学科(Inter-disciplinarity)研究，法国学者罗兰·巴特认为，“要进行跨学科研究，挑选一个‘学科’（一个主题）而后扩展到它周围的两三门学科是不够的。跨学科研究旨在创建一门不属于任何一门学科研究的新对象”。

正是基于这样一种认识，我们策划编辑出版了这套“西方当代视觉文化艺术精品译丛”，精选欧美当代著名艺术史和文化研究学者的最新论著译介到我国。本丛书的选题大致可分为如下四个方面：一、新艺术史系列；二、视觉文化研究系列；三、公共艺术研究系列；四、博物馆研究系列。通过这套丛书的编选和翻译，我们希望能够反映和体现出国外学术研究的最新进展和动向，并对我国的文化研究和学术本土化有所裨益。

常宁生 顾华明

2006年7月1日



## 序 言



我教授“艺术社会学”课程有很长一段时间了。尽管市面上已经有了很多研究艺术的社会层面、流行文化和更广义文化的优秀著作，但每年都有学生希望我能够提供一本涵盖所有我讲述内容的单一文本，我却一直未能满足他们。学生们这种持续不断的对于专门研究美的艺术和流行艺术、又涵盖不同研究取向的单一文本的要求，激励着我撰写这本书。

为了建立这一研究领域的知识地图，我引用了大量的理论和研究。学术是对真理的追求，正因为如此，它必须建构一个竞技场，让持有不同观点的学术斗士们在一起相互论战。所以，我对艺术社会学的描述，顾及到了围绕那些为同行们所熟知的核心争论而展开的多种理论和经验研究。然而，这项工作（不可避免地）包含着我的个人观点。我希望我的描述，能够接近于同行们对于这一领域的理解，使得他们可以根据自己的需要，利用这本书进行教学，但本书也提供一个他们会觉得具有启发性的原创观点。我为本书制定的写作目标是：对初入这一领域的大学生有益；对即将在这一领域开展研究的研究生有用；让已经熟稔这一领域的同行们觉得有趣。至于这部篇幅适中的书是否实现了上述目标，则由作为读者的您来判定。

我同时还教授“组织社会学”课程。我从这一领域的教学课程中认识到，具体的案例研究有助于学生对抽象理论的理解。案例研究在

关于工作、职业和组织行为的教学中不可或缺，但在其他社会学分支领域则不常被使用。源自组织社会学课程中的经验，我在艺术社会学课程中尝试了案例研究，并达到了很好的效果。所以，我为本书中每个主要章节撰写了一项案例。这样做的目的，不仅在于可以让课堂讨论更有火花，还可以展现艺术社会学研究中那些非常有趣的经验研究。

## 本书架构

第一章介绍构成本书讨论基础的议题。在该章的第一部分，我限定了我所说的“艺术”，包含了美的艺术和流行艺术两种形式，其外延从伦勃朗（Rembrandt）到说唱音乐都包含在内。在第二部分中，我讨论了诸种社会学的范式来表明一个事实：社会学家在其研究中找到答案，必然是由他所提出的问题塑造的。认识到社会学家们并不是带着同样的问题进入艺术社会学研究，而且不同学者建构答案的方式不同，可使人们形成对整个领域更加丰富的理解。该章第二部分的目标就是为没有社会学背景的学生提供一个社会理论的基本介绍，也希望这对其他读者有所帮助。

在接下来的章节中，我勾勒了这一领域当前的各种思想。我试图平衡全面了解整个领域（如同对某个特定主题的综述）和详细了解个别研究的两种需求，以帮助那些新进入这一领域的读者。同时，本书的篇幅还需要保持在出版商的限定之内。希望我在本书的用途和趣味上，找到了既能满足学者，又能满足学生的平衡点。然而，无可避免地，学者们会发现一些疏漏，这其中只有部分是出自我的原意。

本书的第一部分讨论探索艺术和社会之间关联的两种研究取向：反映取向（第二章）和塑造取向（第三章）。这两种取向都认为，文

化客体和社会之间的关系可以被隐喻性地描述为一种直接的联系，就像一条直线。两种取向都通过直觉的方式看待艺术和社会的关联，只是在专业研究、学生研究和新闻报道中存在着复杂程度的差别。

第二章和第三章展现了两种取向思维方式的优点和缺点。虽然反映取向和塑造取向的早期版本批评起来很容易，但这两种取向中的很多细节在当代研究中仍然非常重要，虽然通常是含混不清的。第一部分的最后一章（第四章）呈现了一个表现艺术和社会关系更全面更令人满意的视角：文化菱形，这一视角最早由温迪·葛瑞斯伍德提出（Wendy Griswold, 1986、1994）。它在艺术—社会关系中添加了另外三个互动要素：生产、分配和消费。

第二部分涵盖了由文化菱形所包含的研究取向。本书所介绍的研究大多属于此类。第二部分分为（A）生产取向和（B）消费取向两部分。

第二部分 A 中所介绍的构成文化生产取向的诸种理论强调文化菱形的“左半部”。它们考察艺术如何被创造、生产和分配，并检视创作者、分配网络、艺术作品和社会之间的关系。这一取向的主要观点是，文化客体受到生产和分配这些产品的人和网络的过滤和影响。

第五章围绕霍华德·贝克（Howard Becker, 1982）“艺术界”（art world）的概念，做了一个文化生产取向的综述。贝克认为，艺术界中的各个方面合力塑造着在艺术界内部生产出的艺术作品。他提出，关于“艺术家”（这类特定的人是艺术界中唯一的创造性行动者）的观念其实就是一个社会的产物。在贝克看来，要理解艺术作品是如何被创造的，我们需要将那些传统观念上不是艺术家，却影响着艺术作品最终形态的人和艺术“核心人员”一同考虑，这些人被贝克称为“辅助人员”。实际上，贝克认为艺术是一种集体行为，而不是孤独天才们的产物。第五章同时也对这一取向做了一个简短的评论。

戴安娜·克兰（Diana Crane, 1992）令人信服地论证说，比高雅文



化和流行文化的传统划分更好的一个方式是，通过考察艺术到达公众的语境（context），来理解和划分当代艺术景象。艺术可以通过营利性文化企业、非营利性文化组织，或地区性网络进行散播。第六章讨论的是由商业公司进行分配的艺术形式。这一种类中的大多数作品是流行艺术。但是，这些营利的企业在传播美的艺术，特别是绘画、雕塑和古典音乐的市场销售上，同样发挥着作用。第七章考察由非营利组织或社会网络分配的艺术形式。大多数美的艺术经由非营利组织分配，社会网络则同时分配美的艺术和民间艺术。当然，分配网络和艺术种类之间的关系并不是绝对的。第七章还指出，在某些领域，非营利性组织会和商业部门遭遇到同样问题，但两个体系之间的差别是显著的，这一点将会被讨论。这一章同时还会对“艺术和国家/政府”给予简单的考察。

第八章的重点是艺术家，包括视觉艺术家、音乐家和作家。这一章检视艺术劳动市场和艺术生涯。为了探讨方便而将艺术家从“辅助人员”中隔离出来，似乎是走上了贝克艺术界思想提出之前的老路，但这样做，可以得到理论和经验上的洞见。由于大量社会学概念的存在，确定艺术家是一种社会建构，并不意味着艺术家本身是一个虚构（即某种虚假的或无效的事物）。艺术家和他们的行为具有阐释的力量，因为我们关于艺术家的概念是真实的。

第九章考察艺术全球化。全球化主要受跨国公司的驱动，因此它也是文化生产的一个议题。“媒介帝国主义”是其中颇受争议的话题，它被定义为某些国家或地区将其文化形式强加给其他国家和地区的情形。这一章同时考察流行艺术和美的艺术的全球流通状况，并评估其影响。同时简略地讨论了处于地方语境下的人们，在消费外来产品和思想的时候如何将其改写，这也是对第二部分B所做的一个预告。

第二部分B中涉及的构成文化消费取向的诸种理论，强调文化菱

形的“右半部”。这些理论考察人们如何消费、使用 and 接受艺术。主要观点为，是观众，而不是创作者，是艺术理解的关键。而且，如果艺术对社会存在什么影响的话，这个影响也不会是直接的，它必定经过艺术接受者的中介（mediate）。

第十章探索接受取向的发展，并解释其支持者的主要理论立场。它植根于文学理论和文化研究，同时也利用了早期“使用和满足”（uses and gratifications）模式与社会学芝加哥学派的民族志风格。另外，第十章同样提供了一个关于这一取向的简短评价。

第十一章检视了一系列针对观众接受的经验研究。这些研究中的大部分都依赖于民族志或深度访谈的方法。它们考察了观众如何通过使用文化产品获得快乐和创造他们自己的意义。这一章还综述了关于不同的人如何以不同的方式使用同一文化产品的研究。最后简短地考察了观众影响艺术创作者和分配者的方式。

第十二章的重点是审美趣味和艺术消费中的社会阶层差异。介绍了皮埃尔·布迪厄（Pierre Bourdieu, 1984）的区隔理论（theory of distinction）和这一理论的新近评论。区隔理论认为，文化资本，包括关于高雅艺术的知识，强化了阶级之间的界限。这一章表明，当前我们对于艺术种类的理解——高雅、流行和民间艺术，是近些年来社会建构。在结尾部分，这一章考察了社会界限的一般性问题，以及在强化和破坏活动这一界限过程中，艺术家是如何发挥作用的。

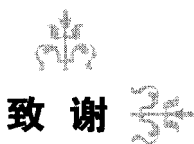
第三部分回到艺术本身。这部书自第一部分起，就源自一个艺术社会学的关键问题：艺术和社会之间的关系是什么？这是关于艺术**社会学**的出发点。第二部分通过检视创作者、生产者、分配者和消费者的角色，展现了一个对于美的艺术、民间艺术和流行艺术更全面、更丰富的理解。第三部分则依次提出两个伴随着第二部分研究取向所产生的两大难题。

首先，第二部分将文化菱形分为两半：生产和消费。这便于介绍关于艺术的社会学文献，也反映了文献的真实区分。大多数社会学家要么只从生产的角度，要么只从消费的角度来考察艺术。葛瑞斯伍德认为，研究者应当检视菱形中的所有要点和所有连接线。这一点说起来容易，做起来难。而且只关注部分要点和连接线的研究同样可以启发我们。但学者们如果采纳葛瑞斯伍德的建议，在研究中更经常地兼顾生产和消费，可能会做得更好。

其次，对生产、分配机制及其对艺术的影响，或是对消费者艺术接受的强调，往往会忽视一个更加广阔的社会语境，更重要的，它将艺术作品抛在一旁。虽然将艺术和艺术家、生产体系、消费者和社会区分开来，在分析过程中是有用的，但它同样会使我们对艺术本身和社会语境中艺术的理解变得模糊。事实上，把艺术当作一个菱形中的要点孤立出来，经常产生副作用。

在第三部分中，我将视野从第一、二部分所讨论的“艺术和社会”，转向“社会中的艺术”，重点在艺术和构成社会的其他机构的相互渗透。作为背景知识，第十三章介绍了分析艺术本身的理论。我回顾了来自艺术史、文学和音乐的传统研究取向。这些理论是重要的，但局限在只考察艺术本身，而不是艺术如何在更广阔的社会里被建构的。第十四章介绍了那些以艺术本身为研究中心，又并未忽视艺术和社会相互渗透的社会学家们的研究工作。这些理论家认为，既然艺术是在社会中被积极建构的，艺术、意义和美学就可以被当作一个不折不扣的社会学议题。

本书的结论（第十五章）强调艺术研究的多元属性，呼唤更加融通的研究。这代表了我自己的元理论（metathoery）立场，或说是我的元理论趣味，而且，实质上这就是在着手建立一种“美学”，用社会学将艺术理论化。



## 致谢

虽然写作此书的想法是最近才有的，但却是 18 年来研究和教学的结晶。因此，需要感谢的人比我能感谢的要多得多。我在思想上极大地受益于安·斯威德勒（Ann Swidler）。自 1984 年我遇到她起，她的思想就一直影响着我。那年，我修读了她的“文化社会学”研究课程，这门课程为我后来的思考打下了坚实的基础。这么多年来，安一直都在帮助我，认识她是我极大的荣幸。1984 至 1985 年间，我还参加了温迪·葛瑞斯伍德（Wendy Griswold）的“文学社会学”课程，其文化菱形的思想构成了本书的论述基础。这些年我在斯坦福、哈佛和萨里大学教授艺术和文化社会学的学生们，向我提出了无数的问题和很多有趣的观点。通过他们，我得以厘清自己的想法。我深深感谢他们的参与，这本书因为他们而变得更好。

20 世纪 70 年代晚期，我在纽约罗切斯特大学的摄影研究课上，以学生的身份结识了霍华德·贝克（Howard Becker）。我从他那里学到很多，但没有想到，当时他正在撰写后来深刻影响了我的学术生涯的一本书。我还分享了多年来定期在学术研讨会上碰面的同行们，特别是维拉·佐伯格（Vera Zolberg）的想法。他们人数众多，很难一一列举，但我期待着再次见到他们。在撰写《艺术社会学》的时候，我还和玛丽莲·鲁彻梅尔（Marilyn Rueschemeyer）合作撰写《比较视野中的艺术和政府》（*Art and the State in Comparative Perspective*）。两

个研究项目的互动，结出了果实。我还要感谢“斯坦福女性文化项目”（Stanford Women's Culture Project）、哈佛大学电视研究中心小组（the FSC Group at Harvard University）、保罗·迪马乔（Paul DiMaggio）、约翰·梅尔（John Meyer）、迪克·斯科特（Dick Scott）一直以来的无价帮助。

和鲍伯·维金（Bob Witkin）的一次偶然交谈，开启了这个研究项目。和佩蒂·彼得森（Pete Peterson）关于我们研究领域的名称和文化菱形的两次简短交谈，对我的影响，比他所知道的还要深远。安妮·波勒（Anne Bowler）、提亚·迪诺拉（Tia Denora）、简·马龙塔特（Jan Marontate）和安·斯威德勒在此项研究的早期，乔夫·库伯（Geoff Cooper）在后期都给了我有益的回馈。感谢安妮·波勒关于第十四章和莎拉·考思（Sarah Corse）关于整个书稿的意见。感谢对内容介绍和书稿给出回馈的匿名评审们。遗憾的是，由于我收到他们所有意见的时间离截稿日太近，所以未能根据他们的有益建议进行改进。感谢希拉里·安德伍德（Hilary Underwood）关于获得艺术作品版权许可的慷慨而及时的建议。本尼斯·匹斯可奈多（Bernice Pescosolido）和他的同事们慷慨地帮助我询问复制《美国社会学评论》（*American Sociological Review*）一幅图片的相关事宜，虽然最终没有成功。保罗·泰勒（Paul Taylor）在沃伯格（Warburg）研究所的摄影收藏中查找了本书中出现的两张问题图片的相关信息。加州大学出版社慷慨地允许我引用霍华德·贝克的《艺术界》（*Art Worlds*），该书版权属于加州大学董事会（1982）。和布莱克威尔出版社（Blackwell Publishing）的合作是美妙的，感谢安吉拉·科恩（Angela Cohen）、安东尼·格拉汉姆（Anthony Grahame）、苏珊·瑞宾诺维茨（Susan Rabinowitz），特别是肯·普罗文彻（Ken Provencher）。

感谢萨里大学，特别是我在社会学系的同事们，他们为我提供的2000年秋季的学术假期，让我能够着手写作这部书。吉姆·本森（Jim Benson）阅读了书稿中的每一个字，对他的感谢难以言表。

我将此书献给我的女儿凯瑟琳·本森（Katherine Benson）。没有她，也许这本书可以早点完成，但我的生活决不会像现在一样丰饶。



图1 孔德·德·帕罗伊(Comte de Paroy),根据伊丽莎白·维姬-勒布伦(Elizabeth Vigée-Lebrun)的作品创作的雕版画《艺术家的女儿(朱莉·勒布伦)》(*The Artist's Daughter (Julie Lebrun)*),1787年,大英博物馆,伦敦。



# 目 录



总序 / 001

序言 / 001

致谢 / 001

第一章 引言：艺术是什么？ / 001

## 第一部分 艺术与社会的关系

第二章 反映取向 / 027

案例研究 2.1 童书中的种族反映 / 046

第三章 塑造取向 / 053

案例研究 3.1 暴力与电视 / 070

第四章 中介的观点：文化菱形 / 078

## 第二部分 A 文化菱形：文化生产

第五章 艺术界 / 085

案例研究 5.1 从学院到公开销售 / 104

第六章 商业和产业 / 112

案例研究 6.1 音乐生产中的创新和多样性 / 136

第七章 网络和非营利组织 / 142

案例研究 7.1 警戒线上的短笛：交响乐团的罢工 / 159

第八章 艺术家 / 166

案例研究 8.1 一事顺利，万事如意：电影业中的事业 / 192



**第九章 全球化 / 199**

案例研究 9.1 额尔金(或巴特农神庙)大理石应该被归还吗? / 218

**第二部分 B 文化菱形 文化消费**

**第十章 接受理论 / 227**

案例研究 10.1 浪漫小说的斗争和补偿 / 249

**第十一章 受众研究 / 257**

案例研究 11.1 牛仔、印第安人和西部电影 / 276

**第十二章 艺术和社会边界 / 280**

案例研究 12.1 将重金属和说唱音乐框架化 / 302

**第三部分 社会中的艺术**

**第十三章 艺术本身 / 311**

案例研究 13.1 文艺复兴时期的观看方式 / 336

**第十四章 社会中的艺术建构 / 342**

案例研究 14.1 一次奇怪的感官：艺术中的争议 / 364

**第四部分 结 论**

**第十五章 用社会学的方式研究艺术 / 375**

**参考文献 / 381**

**索引 / 405**

**译后记 / 462**