

北京大学中国画法研究院 雅芳文存

美与物

——论艺术产业中的审美与经济

李 艳/著



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

北京大学中国画法研究院 蔡芳文存

美与物

——论艺术产业中的审美与经济

李 艳/著



北京大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

美与物：论艺术产业中的审美与经济 / 李艳著. — 北京：北京大学出版社，2012.5
(北京大学中国画法研究院·众芳文存)

ISBN 978-7-301-20668-3

I. ①美… II. ①李… III. ①艺术—产业—研究 IV. ①J114

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第102280号

书 名：美与物——论艺术产业中的审美与经济

著作责任者：李 艳 著

责任编辑：梁 勇

标准书号：ISBN 978-7-301-20668-3/J·0440

出版发行：北京大学出版社

地 址：北京市海淀区成府路205号 100871

网 址：<http://www.pup.cn>

电子信箱：pw@pup.pku.edu.cn

电 话：邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62750883

出版部 62754962

印 刷 者：北京楠萍印刷有限公司

经 销 者：新华书店

720毫米×1020毫米 16开 11.75印张 167千字

2012年5月第1版 2012年5月第1次印刷

定 价：32.00元

未经许可，不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有，侵权必究。举报电话：010-62752024 电子信箱：fd@pup.pku.edu.cn

美以物彰

范 曾

目 录

导 论	001
第一章 审美与功利的关系	021
第一节 功利与审美的超功利性	023
第二节 艺术产业中审美与功利的关系	047
第二章 艺术产业中的经济因素	069
第一节 艺术与经济的关系	071
第二节 艺术创作和艺术制作环节中的 经济因素	096
第三节 艺术流通和艺术消费环节中的 经济因素	108
第三章 艺术产业中的审美因素	119
第一节 艺术与审美的关系	121
第二节 艺术产业链各环节的审美因素	128
第三节 艺术产业中的审美价值构建	142
结 语	167
参考文献	175
后 记	181



导 论



* * *

进入后工业化社会，人类经济的发展方式发生了重大的结构性变革。人类逐步从破坏性使用自然资源，向开发高附加值的无形智能资源转变；在综合考虑可持续发展的经济增长模式同时，更加关注科技创新与文化创意相结合的意义。这种对资源利用模式的转变，成为文化产业兴起的重要推动力之一。文化资源作为资源的一种形式，是在人类社会历史中逐渐形成的，它具有鲜明的精神内涵和明确的社会功用性。“观乎人文以化成天下”（《周易·贲》）^{〔1〕}，就是中国古代对“文化”的一种理解。随着经济全球化进程的推进以及全球文化的融通，非物质性的消费日益成为一种趋势，文化与经济的关系越来越密切。文化在成为国家综合国力重要组成部分的同时，正逐步成为具有商业价值的资源。文化产业的发展不仅能给一个国家带来丰厚的利润，而且能在出口文化产品的同时输出特定的价值观、塑造人的精神世界，因此具有深远的意义。

一、研究缘起

文化产业是“通过人们创造性的劳动，把知识、信息和意象等文化资源转化为具有交换价值的文化娱乐产品和服务的产业”^{〔2〕}，由于“创意”是文化产业的核心，所以文化产业也称“创意产业”。“创意产业就其深层意义上来说，就是将美学层次落实到实践层面，透过美学去观照环境和产业。”^{〔3〕}

〔1〕 [清]阮元校刻：《周易正义》卷三，“贲”，引自《十三经注疏·清嘉庆刊本》（一），北京：中华书局，2009年，第75页。

〔2〕 祁述裕：《中国文化产业发展战略研究》，北京：社会科学文献出版社，2008年，“序言”第1页。

〔3〕 转引自祁述裕：《中国文化产业发展战略研究》，北京：社会科学文献出版社，2008年，“序言”第3页。

从国际文化产业的发展来看,英国、美国、澳大利亚、新西兰、日本、韩国和新加坡等国家都形成了自己的发展特色,并创造了巨大的经济效益。“目前,在世界最发达国家的 GDP 中,80% 以上来源于服务业,其中以知识、创意为基础的文化产业扮演了主要角色。根据联合国教科文组织的统计,从 1980—1997 年,国际文化贸易量增长了 10 倍。”^{〔1〕} 文化产业正以文化创意为核心,呈现集群化增长方式。

英国是最早提出“创意产业”的国家。《英国创意产业路径文件》提出:“创意产业是指那些从个人的创造力、技能和天分中获取发展动力的企业,以及那些通过对知识产权的开发可创造潜在财富和就业机会的活动。”^{〔2〕} “2001 年英国政府发表的《创意产业专题报告》以详尽的数据表明,创意产业已成为伦敦的核心产业;2003 年 7 月英国《金融时报》报道称创意产业对伦敦经济的重要程度已超过金融业。……根据英国文化、传媒与体育部 (DCMS) 2006 年 9 月发布的《创意产业经济估算统计公报》(*Creative Industries Economic Estimates Statistical Bulletin*) 估算,2004 年创意产业的整体经济贡献占英国附加值总额 (GVA) (Gross Value Added, GVA, 即 GDP 减去税收再加上政府补贴,一般比 GDP 低 11%) 的 7.3%,约 569 亿英镑,超过了英国的老牌金融业 (约占 GVA 的 5%)。……1997—2004 年间,英国创意产业产值平均每年递增 5%,而同期国内生产总值的平均递增额只有 3%。在 11 个门类中,软件、计算机游戏和电子出版 (9%),广播电视 (8%) 和艺术品古玩 (7%) 发展最快。……2004 年创意产业出口额为 130 亿英镑,占英国出口总额的 4.3%。1997 年到 2002 年期间,创意产业的出口额以年均 11% 的速度增长,而同期英国的总出口额年均增长只有 3%。”^{〔3〕} “英国有超过 100 万的人在戏剧业、音乐产业、广播产业、设计业和其他文化创新业工作,每年他们创造超过 100 亿英镑的产值。很明显,这个产业不是处

〔1〕 魏鹏举,周正兵:《文化产业投融资》,长沙:湖南文艺出版社,2008 年,第 43 页。

〔2〕 转引自魏鹏举,周正兵:《文化产业投融资》,长沙:湖南文艺出版社,2008 年,第 33 页。

〔3〕 同上,第 224—225 页。

于经济的边缘位置。在过去的两年中,这些产业以每年 16% 的速度增长,这是一个让所有人都骄傲的成绩。”^[1] 为了发展创意产业,英国政府建立流水线式资金体系来推动英国电影业、文化遗产、博物馆和美术博物馆等产业的发展。

美国是全球文化产业最为发达的国家。“美国文化产业的产值已占 GDP 总量的 18% 至 25%,其中音像业已超过汽车、飞机和电脑,居出口贸易第一位。”^[2] 美国的文化产业被称为“版权产业”,由“核心版权产业”、“交叉版权产业”、“部分版权产业”和“边缘版权产业”四个部分构成。^[3] “根据‘北美产业分类编码’(North America Industrial Classification Coding System, NAICS CODE),美国的文化产业主要涵括了以营利性行业为主的 51 类‘信息产业’和以非营利性为主的 71 类‘艺术娱乐休闲产业’。……按照 Harold Vogel 在《娱乐产业经济学》(*Entertainment Industry Economics*)一书中的说法,‘美国人每年花在娱乐方面的时间至少超过 1200 亿小时,在娱乐业方面的消费则超过 2000 亿美元。至于全球娱乐业的产值,即使按保守的估计,也不会低于 5000 亿美元。’……2002 年核心版权产业的附加值达到 6262 亿美元,占美国 GDP 的 5.98%;全部版权产业占美国 GDP 的 11.97%,为 12540 亿美元。……2002 年核心版权产业就业有 548 万人,占美国就业总人数的 4.02%;全部版权产业雇用 1147 万人,占美国就业总人数的 8.41%。……在因特网交易方面,2002 年美国占全球 3330 亿美元网上交易总额的 64%;在电子游戏方面,美国 2002 年的游戏出产量占全球的 40%;2003 年在影音制品方面,美国音乐制品占全球音乐市场份额的 1/3 强,海外年销售额达到 600 亿美元。”^[4] “美国的电影产量仅占世界电影产量的 6%,而在世界电影市场的总体占有率却达到 80%。另外,美国的电

[1] 魏鹏举,周正兵:《文化产业投融资》,长沙:湖南文艺出版社,2008 年,第 226 页。

[2] 顾兆贵:《艺术经济原理》,北京:人民出版社,2005 年,“序言”第 1 页。

[3] 魏鹏举,周正兵:《文化产业投融资》,长沙:湖南文艺出版社,2008 年,第 33—35 页。

[4] 同上,第 229—232 页。

视产品在世界电视文化市场的总体占有率也达到 80%。……美国有 1200 多家艺术博物馆,充分发掘艺术博物馆的文化产业价值成为美国文化产业的典型特征。以纽约大都会艺术博物馆、纽约现代艺术博物馆、华盛顿国家美术馆为代表,……每年至少举办 1200 场大型展览。”^{〔1〕}

韩国是文化产业较为发达的国家。韩国的文化产业也称“文化内容产业”,是指文化艺术商品制作和流通产业,包括动画、音乐、游戏、电视、电影等内容。韩国的文化产业依靠数码技术,使文化产业的行业范围扩展到动漫、游戏等具有高附加值和高增长潜力的领域。“1999 年韩国经济增长一度达到 10% 的高速度,其中以游戏、影视为主的文化产业起了至关重要的作用。……同时也带动了韩国家电、服装、化妆品等相关产品的出口。……韩国国内超高速互联网用户已突破 1000 万户,家庭普及率达 70% 以上,居世界前列。2002 年互联网用户已经达到 2700 万人,手机用户 3100 万人,分别占全国人口的 58% 和 66%。IT 基础设施的建设和 IT 技术的普及应用,拉动了对文化产业的需求,推动了文化产业的快速发展。……2004 年,涵盖了出版、漫画、音乐、游戏、电影、动画片、广播电视、广告、因特网及移动文化信息等 10 个领域的文化产业,市场销售额为 50 万亿韩元(按当年汇率约合 437 亿美元),约占当年韩国 GDP 的 6%。……1999—2003 年这 5 年间韩国文化内容产业的市场规模年均增长约 27.7%……《朝鲜日报》的一份研究报告也曾指出,2004 年,因‘韩流’带动的文化产品出口,对韩国其他制造业、服务业的产额、附加值、创造就业岗位的间接效益达 4.5 万亿韩元(约合 40 亿美元)。……以电视节目的出口为例,其出口额近几年几乎是成倍地增长:2001 年出口额是 1890 万美元,2002 年 2880 万美元,2003 年 4213 万美元,2004 年 7146 万美元。这些电视节目出口到美国、日本、中国、法国等 18 个国家。现在,文化产业已经成为韩国仅次于汽车产业的第二大出

〔1〕 李思屈,李涛:《文化产业概论》,杭州:浙江大学出版社,2007 年,第 47 页。

口创汇产业。”^[1]

通过上面的分析可以看出，文化产业是一个根据不同国家的发展战略和文化政策不断变化和生成的概念。在中国，“‘文化创意产业’这一概念是我国的台湾地区在 2001 年较早提出的。2005 年香港特别行政区也开始提出‘文化及创意产业’的说法。《2003 年台湾文化创意产业年报》对‘文化创意产业’作出了如下解释：文化创意产业是指源自创意或文化积累，透过智慧财产的形成运用，具有创造财富与就业机会潜力，并促进整体生活环境提升的行业。目前北京市正式采用的概念就是‘文化创意产业’。”^[2]“《文化部关于支持和促进文化产业发展的若干意见》：‘文化产业是指从事文化产品生产和提供文化服务的经营性行业。文化产业是与文化事业相对应的概念，两者都是社会主义文化建设的重要组成部分。’”^[3]与文化事业的公益性和非营利性不同，文化产业主要是按照经济模式，通过规模化的生产和市场化运作从事各种文化活动，不仅要创造文化价值，也要关注其经济价值。中国改革开放所带来的经济持续发展，使人民消费水平提高、消费结构发生变化，消费重心开始由生活必需品转向教育、旅游、艺术品等领域，普通大众逐渐有经济实力进行艺术品的消费与投资，从而极大地促进中国文化产业的发展。

文化产业的发展不仅可以创造经济财富，而且还可以塑造人的价值观念。哈佛大学的约瑟夫·奈认为：国家的软力量主要来自三种资源：文化、政治价值观和外交政策。其中，文化是价值观和实践的总和，当一个国家的文化涵括了普世价值观，那么它就建立了一种和责任感相关联的吸引力，可以使别的国家欣赏它的价值，并愿意追随它。^[4]可见，软实力是由文化吸收能力构成的。艺术作为人类文化的一种载体，通过审美体验影响人的思想

[1] 魏鹏举，周正兵：《文化产业投融资》，长沙：湖南文艺出版社，2008 年，第 241—242 页。

[2] 同上，第 33 页。

[3] 同上，第 46 页。

[4] [美] 约瑟夫·奈：《软实力：世界政坛成功之道》，吴晓辉，钱程译，北京：东方出版社，2005 年。

观念和价值判断,它既是社会文化的组成部分,也是社会核心价值的重要载体,并在软实力的建设中发挥了重要作用。随着电话、电视、复制技术以及互联网的普及,艺术品的创作、制作、流通和消费都发生了巨大变化。现代科技的应用,使艺术品可以批量生产并廉价传播,真正进入大众的日常生活,对全球文化的交流与推广起到积极的促进作用。作为文化产业重要组成部分的艺术产业,“在广义上是指一切艺术活动的总和,在狭义上是以标准化、规模化的方式组织艺术活动、生产艺术产品以满足社会需要的国民经济行业或部门。”^{〔1〕} 艺术产业正逐步将其经营的范围从最初的书画和雕塑等艺术品,扩展到以采用艺术形式作为主要载体来传播思想文化的各个行业;尤其是随着第三代移动通信技术的发展,将有更多的文化交流需要通过艺术的形式来传播,艺术在文化产业中的重要性也将日益凸显。

从理论角度看,艺术产业的这种发展趋势,使审美与经济的关系在经过原始艺术和经典艺术两个历史阶段后再次发生了变化。艺术这一具有超功利性的审美形式,已经形成产业化运行。结果,原本已经超越物质功利基础、用以满足更高层次审美需求的艺术品,就被作为特殊的商品投入到以经济价值为目的的生产之中。艺术不仅通过政治、法律、伦理、宗教和哲学等中间环节与经济发生间接联系,而且还通过产业运行的方式与经济发生直接的关联。艺术的审美特性已经直接参与到为获取经济利益为目的而展开的再生之中,艺术品成为商品直接进入市场经济领域,并且通过提供各种以审美体验为目的的艺术服务来获取经济价值。

然而,艺术和经济的这种直接联系以及“功利”概念的扩大化使用,给人们造成了一种误解,认为艺术产业的目的就是实现经济利益的最大化;因此,艺术产业在本质上是一种功利性的活动,艺术和审美似乎是充满功利性地为旨在获取利润的经济活动服务。这就不仅与两百多年前康德曾提出的“审美无利害”观点形成了直接的冲突,而且也与当前在美学界更为流行的

〔1〕 黄鸣奋:《互联网艺术产业》,上海:学林出版社,2008年,第8页。

“审美超功利”观点形成巨大反差，从而使得审美与功利的关系在理论上变得更加复杂。对这一问题的模糊认识，或直接或间接地导致了人们对艺术、审美、功利、经济在艺术产业中所起作用的曲解，形成把审美与功利对立起来、把经济与功利等同起来的看法，同时也在一定程度上妨碍了审美因素在艺术产业中充分发挥其应有的重要作用。随着艺术产业的快速发展及其在文化软实力建设中的作用越来越重要，对于艺术产业中经济因素与审美因素关系的梳理也就更加紧迫。这是本书选题的根本原因所在。

二、研究现状

艺术自诞生以来经历了一个复杂的发展过程，这种发展过程的复杂性促使各种艺术观的形成。人们从不同的角度研究艺术，从而形成了内容丰富的艺术学科和艺术理论。例如，美学或艺术哲学是用哲学的方法研究艺术，艺术社会学是从社会学的角度来探讨艺术的文化价值，等等。艺术的产业化是人类社会科技进步、经济发展以及人类精神需求不断增长的结果。对于艺术产业的理论研究虽然是一个比较新的研究领域，却几乎涉及以往艺术研究的全部学科。从目前的研究现状来看，人们对于艺术产业的理论研究更关注的是艺术与经济之间的联系。

1. 艺术产业的研究现状

学术界对于艺术产业的研究，主要是从两方面进行的：一方面是将其作为文化产业（或创意产业）的一个组成部分进行研究；另一方面从艺术经济学的视角，运用经济学的理论和方法来研究艺术现象和艺术规律。

大卫·赫斯蒙德夫在其著作《文化产业》中，对文化产业的定义和特性等问题进行了论述，从历史的角度解释并评价了文化产业的变迁。其中，分析了以美国好莱坞为代表的国际电影产业，以及数字音乐技术、流行音乐和电脑游戏等艺术产业的发展状况。^{〔1〕}詹姆斯·海尔布伦和查尔斯·M. 格雷

〔1〕〔美〕赫斯蒙德夫：《文化产业》，张菲娜译，北京：中国人民大学出版社，2007年。

在《艺术文化经济学》中,考察了表演艺术中的戏剧、歌剧、舞蹈和交响音乐会,以及美术方面的绘画艺术,并分析了与之相关的机构,如美术博物馆、画廊和艺术品经销商等。^[1] 约翰·霍金斯在《创意经济——如何点石成金》一书中,对美国和英国的艺术市场进行了分析,指出不同文化对工艺品和艺术品种之间的差异所持的不同态度。此外,还分析了电影产业、音乐产业、表演艺术等方面的艺术产业发展状况。^[2] B. 约瑟夫·派恩二世和詹姆斯 H. 吉尔摩在《体验经济》中指出,体验已经成为一种新的价值源泉,它是消遣娱乐的中心;并以迪斯尼和表演艺术为例分析了审美体验及其所具有的经济价值。^[3] 从总体上看,国外学术界在艺术经济学方面已经取得了很多有益的研究成果。

此外,一些西方马克思主义者依据他们认同的马克思主义理论,注意到机械化生产对艺术产生的影响。法兰克福学派的瓦尔特·本雅明在《摄影小史、机械复制时代的艺术作品》中指出机械复制技术造成了艺术生产的变革,他认为从手工艺术复制到机械复制的转变,引起了人类在审美创造和审美鉴赏等方面的变化,艺术作品的机械复制性改变了大众与艺术之间的关系。^[4] 马尔库塞在《审美之维》中分析了艺术的社会政治作用和艺术的审美形式功能之间的辩证关联,他认为艺术应该是一种否定力量,艺术的任务不是赞美和维护现存社会,而是要打破现存现实的垄断,使人的精神和肉体从给定的语言和思想的压抑性统治中解放出来。^[5] 阿道尔诺(今通译为阿多诺)等人提出“文化工业”的概念,在《启蒙辩证法——哲学断片》中批判了资本主义社会下大众文化的商品化所具有的欺骗性和操控性,以及文化工业愚昧

[1] [美] 海尔布伦等:《艺术文化经济学》(第二版),詹正茂等译,北京:中国人民大学出版社,2007年。

[2] [英] 约翰·霍金斯:《创意经济——如何点石成金》,洪庆福,孙薇薇,刘茂玲译,上海:上海三联书店,2006年。

[3] [美] 派恩, [美] 吉尔摩:《体验经济》(修订版),夏业良,曹伟等译,北京:机械工业出版社,2008年。

[4] [德] 本雅明:《摄影小史、机械复制时代的艺术作品》,王才勇译,南京:江苏人民出版社,2006年。

[5] [美] 赫伯特·马尔库塞:《审美之维》,李小兵译,桂林:广西师范大学出版社,2001年。

大众的反启蒙特征，指出标准化生产方式和虚伪的个性化扭曲了艺术家的人格并损害了受众的审美能力。^[1] 让·鲍德里亚在其著作《消费社会》中，以消费为中心对西方社会进行了剖析，说明大众传媒对消费者所产生的影响，以及大型技术统治集团是如何引起大众消费欲望的。^[2] 迈克·费瑟斯通在其著作《消费文化与后现代主义》中从消费文化着手，论述了后现代社会的特征，以及消费文化对后现代社会产生的影响。^[3] 迈克·费瑟斯通还在另一部著作《消解文化：全球化、后现代主义与认同》中探讨了全球化进程对文化领域的影响，指出全球文化不是一种共同的文化，而是具有差异性并伴随着权利争斗和文化竞争在其中的场所。^[4]

从总体上看，西方马克思主义者在这方面的理论研究偏重于文化产业和艺术产业中的政治因素和意识形态因素，较少注意到其中的经济因素，但也包含着一些值得我们注意的有意义的理论观念。费瑟斯通指出：“今天，尽管人们对‘消费文化’一词的兴趣和对它的使用与日俱增，阿多诺、霍克海默、马尔库塞及其他批判理论家的理论却不再被看成是很有意义的了。他们的方法取向，是通过对今天看来已经站不住脚的关于真实个体与虚假个体、正确需求与错误需求的区分，对大众文化进行精英主义式的批评。普遍的看法是，他们瞧不起下里巴人式的大众文化，并对大众阶级乐趣中的直率与真诚缺乏同情。而对后一点的强烈赞同正是人们转向后现代主义的关键。”^[5] 费瑟斯通进一步指出：“我们应关注那些文化专业者、文化中间人以及各式各样新文化产品迅速膨胀的受众（在战后生育高峰期出生的这代人）的行

[1] [德] 马克斯·霍克海默，[德] 西奥多·阿道尔诺：《启蒙辩证法——哲学断片》，渠敬东，曹卫东译，上海：上海人民出版社，2003年。

[2] [法] 鲍德里亚：《消费社会》（第三版），刘成富，全志刚译，南京：南京大学出版社，2008年。

[3] [英] 迈克·费瑟斯通：《消费文化与后现代主义》，刘精明译，南京：译林出版社，2000年。

[4] [英] 迈克·费瑟斯通：《消解文化：全球化、后现代主义与认同》，杨渝东译，北京：北京大学出版社，2009年。

[5] [英] 迈克·费瑟斯通：《消费文化与后现代主义》，刘精明译，南京：译林出版社，2000年，“前言”第2页。

为,从而把注意力集中到经济与文化的不同中间状态。”^[1] 本书正是基于艺术产业的发展现状,研究艺术在形成产业化运行时与审美和经济发生的内在联系,以及审美和经济是如何在艺术产业的整体运行中发挥作用的。因此,本书重点论述艺术产业中艺术、审美、功利和经济之间的相互关系问题,而不对具体的政治因素和阶级斗争等问题展开论述。

文化产业在中国虽然起步较晚,但已有不少学者从不同角度进行了理论研究。叶朗主编的《中国文化产业年度发展报告》,以年度发展报告的形式反映出中国文化产业的发展现状和发展趋势,并对相关文化产业的政策体系进行了考察和分析。此外,陈少锋的著作《文化产业战略与商业模式》、李向民的著作《中国文化产业史》、向勇主编的《文化产业人力资源开发》、王晨编著的《文化企业管理》、花建的著作《区域文化产业发展》、张胜冰的著作《文化资源与文化产业》、魏鹏举和周正兵合著的《文化产业投融资》、祁述裕主编的《中国文化产业发展战略研究》、李思屈和李涛编著的《文化产业概论》、厉无畏等合著的《创意产业:转变经济发展的策动力》等著述,都从不同角度对文化产业的发展进行了研究。在艺术产业研究方面,黄鸣奋的著作《互联网艺术产业》、张冬梅的著作《艺术产业化的历程反思与理论诠释》、谢伦灿的著作《艺术产业运营学》、邓文华的著作《海峡两岸数字艺术产业比较研究》、庞彦强的著作《艺术经济通论》、顾兆贵的著作《艺术经济原理》、章利国的著作《艺术市场学》、祝君波的著作《艺术品拍卖与投资实战教程》等论著,从不同方面对艺术产业进行了专题性的研究。目前,已有越来越多的学者关注文化产业和艺术产业的发展,并从事此领域的理论研究。

2. 审美与功利关系的研究现状

审美与功利的关系是美学理论中一个重要问题;在历史上和今天,很多哲学家和美学家都曾经对这个问题进行过系统研究和论述。但是,由于艺术

[1] [英] 迈克·费瑟斯通:《消解文化:全球化、后现代主义与认同》,杨渝东译,北京:北京大学出版社,2009年,第3页。

产业是随着文化产业的发展而新兴的产业形式，所以在艺术产业发展背景下研究审美与功利之间的关系还是一个比较新的课题。艺术产业化形成，使原有的审美与功利的关系发生了很大变化。艺术成为特殊商品，通过产业化运行以获取经济利益为直接目的参与到市场竞争中，审美不可避免地进入艺术产业链各个环节，并在创造财富过程中扮演重要角色。因此，从目前的发展现状来看，很有必要在前人对审美与功利关系的研究成果基础上，对艺术产业中审美与功利的关系进行深入研究。

在中国美学史上，从理论上第一次明确区分美和善的是孔子，他已经认识到美的独特性能和价值，并且将满足物质需要的愉悦同审美的愉悦加以区分。^[1] 墨子则因为审美的超功利性而怀疑艺术的实用意义，甚至提出了“非乐”的观点。^[2] 庄子站在道家哲学的立场上，认为对待生活要采取一种超越于利害得失之上的情感和态度，这种态度超出了眼前的物质功利，追求个体精神自由的价值。这其实是人对现实的审美关系的重要特征，也就是审美的超功利性。^[3] 禅宗则追求超越人世间的烦恼达到绝对的精神自由，但又不提倡完全脱离世俗生活，因而主张通过审美和艺术活动使人们得到精神上的解脱和安慰。^[4]

在西方，把审美与功利区分开来的观念也有着悠久的历史。柏拉图在试图回答“美本身是什么”的问题时，虽然没有得出明确的答案，却批驳了美是“恰当的”、“有用的”、“有益的”、“发生快感的”这些概念，因此已经开始把美与各种功利性、实用性的因素区分开来。^[5] 中世纪神学家圣托玛斯·亚昆那（今通译为托马斯·阿奎那）以美在本质上“不关欲念”为根据，

[1] 李泽厚，刘纲纪：《中国美学史：先秦两汉编》，合肥：安徽文艺出版社，1999年，第128—132页。

[2] 同上，第153—162页。

[3] 同上，第229—230页、第249—252页。

[4] 同上，第40页。

[5] 朱光潜：《西方美学史》（第二版），北京：人民文学出版社，2003年，第49—50页。

把美与善区别开来。^{〔1〕} 18 世纪的英国经验主义美学家夏夫兹博里在反驳霍布斯的伦理学和美学思想时,提出了“内在的感官”说,把人分为动物性的部分和理性的部分,认为审美的能力属于后者而不属于前者。^{〔2〕} 康德更是明确指出审美判断不涉及欲念和利害计较,并以此作为他美学理论的基石,对其作了系统和完整的论述,并对后世西方美学的发展产生了巨大而深远的理论影响。^{〔3〕}

特别关注社会经济基础的马克思主义,也对审美与功利的关系进行了详细的论述。马克思认为,私有制导致了“异化劳动”,异化的实质就是对人的肉体和精神两方面的剥削和摧残;结果,在异化状态中,人只把事物当作满足实用功利的对象来看待,只关注事物与物质需要满足相关的方面,而看不到它的美。因此,马克思提出废除私有制和异化劳动,使人在肉体和精神两方面的“本质力量”得到全面发展,并通过实践逐渐把人类社会的物质文化和精神文化都推到更高更丰富的发展阶段。^{〔4〕} 普列汉诺夫是第二代马克思主义者中成就较为卓越的美学家。他认为,“以有意识的功利观点来看待事物,往往是先于以审美的观点来看待事物的。”^{〔5〕} 当代中国的马克思主义美学家李泽厚、刘纲纪等人,结合中国美学方面的思想资源,也曾对这个问题进行了系统深入的探讨。

此外,美国哲学家约翰·杜威在其著作《艺术即经验》中,以“活的生物”为基础,分析了艺术品的经验与日常经验、高雅艺术与通俗艺术的连续性,并试图建立一种美的艺术与实用的或技术的艺术之间的连续性。杜威指

〔1〕 朱光潜:《西方美学史》(第二版),北京:人民文学出版社,2003年,第127—131页。

〔2〕 同上,第205—214页。

〔3〕 同上,第343—364页。

〔4〕 [德]马克思:《1844年经济学哲学手稿》,引自《马克思恩格斯文集》(第一卷),中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局编译,北京:人民出版社,2009年,第109—248页。

〔5〕 [俄]普列汉诺夫:《论艺术(没有地址的信)》,曹葆华译,北京:生活·读书·新知三联书店,1964年,第108页。