

中国当代文艺理论探索书系

艺术欣赏

万庆华 著

——
体系与理论架构



山东美术出版社

.....

中国当代文艺理论探索书系

艺术欣赏 ——体系与理论架构

万庆华 著



山东美术出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

艺术欣赏——体系与理论架构 / 万庆华著 . — 济南 :

山东美术出版社 , 2012.4

ISBN 978-7-5330-3653-9

I . ① 艺 … II . ① 万 … III . ① 艺术 - 鉴赏 IV . ① J05

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 264338 号

鸣谢: 本丛书的出版, 感谢上海师范大学美术学院的大力支持。

策 划: 刘传喜

责任编辑: 张佳琳

装帧设计: 李 玥

设计指导: 王承利

主管部门: 山东出版集团

出版发行: 山东美术出版社

济南市胜利大街 39 号 (邮编: 250001)

<http://www.sdmspub.com>

Email:sdmscbs@163.com

电话: (0531) 82098268

传真: (0531) 82066185

山东省美术出版社发行部

济南市胜利大街 39 号 (邮编: 250001)

电话: (0531) 86193019 86193028

制版印刷: 山东临沂新华印刷物流集团

开 本: 787 × 1092 毫米 16 开 14.25 印张

版 次: 2012 年 4 月第 1 版 2012 年 4 月第 1 次印刷

定 价: 38.00 元

目录

1 第一章

1 艺术欣赏对象论

1 一、艺术欣赏研究的对象

5 二、作为欣赏基本对象的艺术作品的疆界

8 三、艺术生产与艺术欣赏的对象

12 四、艺术传播与艺术欣赏的对象

18 五、艺术欣赏的主体与艺术欣赏的对象

23 六、艺术欣赏基本对象的双重构成

28 第二章

28 艺术欣赏本质论

28 一、艺术史上有关本质的理论

39 二、理论视野与本质

51 三、艺术欣赏不仅是审美活动

56 第三章

56 艺术欣赏条件论

56 一、艺术欣赏是有条件的

58 二、艺术欣赏条件的系统构成

93 三、艺术欣赏条件的差异与调节

99 第四章

99 欣赏心理机制论

100 一、艺术欣赏的感知

114 二、艺术欣赏的想象

131 三、艺术欣赏的理解

149 四、艺术欣赏的情感

172 第五章

172 欣赏心理定势论

172 一、艺术欣赏的心理定势现象

175 二、艺术欣赏心理定势的形成

181 三、定势在艺术欣赏过程中的作用

187 四、定势的嬗变与控制

197 第六章

197 艺术欣赏价值论

197 一、价值的实现

205 二、价值的功能性结构

217 三、“创造一个了解艺术而且能够欣赏美的公众”

第一章

艺术欣赏对象论

一、艺术欣赏研究的对象

当我们不是从接受者的立场审美地感知和体验文艺作品，而是从理论上对艺术欣赏活动加以研究和分析时；当我们不是具体地描述和解释每一次艺术欣赏活动可能具有的形式和特征，而是将艺术欣赏活动作为整个艺术活动链条上的一个环节，从整体结构的复杂性来确定艺术欣赏活动的意义和价值时，我们就会面临艺术欣赏的对象问题。

在黑格尔看来：“每门科学一开始就要研究两个问题：第一，这个对象是存在的；其次，这个对象究竟是什么。”^[1]他那充满睿智的三大卷美学，正是从对象研究开始的。对此，歌德表示了更为深切的关注：“……还有什么比对象更重要呢？离开对象还有什么艺术学呢？如果对象不合适，一切才能都会浪费掉。”^[2]可以说，作为科学的、理论的研究，如果离开了特定的研究对象，或者对象不明确、不适合，那么，一切理论探讨都是毫无意义的。

任何一门科学研究首先总是以自己的对象特点界定自己的研究范围，构筑自己的理论框架的。有关艺术欣赏活动的研究自然也是如此。遗憾的是，在相当一段时期里，文艺理论界对艺术欣赏始终缺乏必要的研究和足够的重视。具体地说，我们的艺术欣赏理论较多注重于阐释艺术欣赏的现象过程和本质规律，而较少涉猎艺术欣赏对象本身的专门考察。正是由于缺乏对对象的研究，许多据此而建构起来的艺术欣赏理论虽然总是旨在概括人们的艺术欣赏实践，但面对丰富多变、复杂多样的艺术欣赏事实，却往往显得力不从心。

比如，对于艺术欣赏的过程，我们的较为通行的《文学概论》或《艺术概论》一般认为，每一次发生的艺术欣赏必然是欣赏者的认识经历一个“逐步由感性上升为理性”的过程，并简单地把这种过程划分为“感性认识”和“理性认识”两个阶段^[3]。但是，这样的理论界定明显是将艺术欣赏过程简单化了，因而它的实际价值和适用范围也就不能不受限制。

[1] 黑格尔：《美学》第一卷，第29页，商务印书馆1979年版。

[2] (德)汉斯·科赫：《马克思主义和美学》，第218页，漓江出版社1985年版。

[3] 参见以群主编：《文学基本原理》下册，第481页，上海文艺出版社1964年版，及高等艺术院校《艺术概论》编写组所编《艺术概论》，第281页，文化艺术出版社1988年版。

这里，且不说每个欣赏者因他的个性条件不同，因他的审美需要、社会环境、文化教养、思想情感、个人际遇以至年龄、心境等差异，可能导致不同的欣赏类型，使欣赏过程呈纷繁复杂的局面；即使同一欣赏者，在欣赏不同的艺术作品样式时，其欣赏过程也不尽相同。事实上，欣赏者在阅览一部长篇小说或诵读一首抒情短诗，观看一部电影或品味一幅写意山水画，聆听一部交响曲或吟唱一首流行歌曲时，他所经历的心理过程是很不一样的，而且他的欣赏态度也会因不同艺术样式而有所变化。所以，简单地使用上述“感性——理性”公式，将无助于我们了解和分析各种实际上并不相同的艺术欣赏过程，而造成上述现象的一个重要原因，正是由于缺乏对欣赏主体即欣赏者心理活动规律的研究。在过去相当一段时期里，我们的理论界回避从欣赏者的心理构造、欣赏态度及欣赏评价上的主观性来描述艺术欣赏过程，担心会因此陷入主观唯心主义的泥淖。然而具有讽刺意味的是，人们愈是小心翼翼地避开主体性研究可能造成的危害，艺术欣赏的理论反而愈是变得主观化、表面化、机械化。由于一味强调作品决定一切这种所谓的“反映论”模式，而忽视欣赏主体的能动作用，欣赏理论与欣赏实践的距离愈来愈远。

从现代的观点来看，艺术欣赏无疑是一种接受现象。然而，把艺术欣赏仅仅看作是接受艺术作品的现象过程，仅仅从艺术欣赏接受的主体、作品及其相互关系上来确立整个艺术欣赏研究的对象范围是不够准确的。作为一种独立自足的理论体系，艺术欣赏的研究实际上是以接受实践为依据，从这一特殊的角度上来观照与把握人类艺术活动的价值意义。这样，它的对象就不能不牵涉到接受现象以外的艺术创作的实践和理论，牵涉到与艺术活动具有内在联系的地理环境、时代习尚、社会伦理规范以至政治经济和科学文化状况，牵涉到心理学、教育学、伦理学、社会学以及信息论、物理学等其他科学领域。而且，随着时代的进步和当代科学的迅速发展，生活本身又向我们提出了种种新的研究角度和课题，这就意味着有关艺术欣赏问题的研究范围正在不断扩展。由此说，艺术欣赏的研究对象不但相当复杂和广泛，而且具有扩展式性质。所以，我们只能从相对的意义上来确立自己的特殊的研究对象。

不过，既然把理论架构建立在人们接受实践的基础上，我们就有理由围绕着这一核心内容，尽可能充分地揭示出艺术欣赏研究的最主要对象。对此，我们至少可以从这么几个方面来把握：作为艺术欣赏基本对象的艺术作品，理应在研究中占有重要地位。必须指出，当艺术作品作

为艺术欣赏研究的对象而存在时，它意味着已经失去了艺术作品所固有的直观的、感性的、经验的特点，而被研究者转化为理智的、分析的形式。而且，这种研究还不同于一般的艺术评论或对作品的构成及其内容价值的分析、评价，而是将其置于艺术活动体系中，作为艺术创作和艺术欣赏之间的桥梁，作为艺术欣赏活动的基础和前提，从作品与接受主体的关系上来揭示它的价值意义。因而，艺术欣赏研究不可避免地要分析和研究艺术作品的物化形态，考察作品中艺术媒介、艺术结构、艺术形象、艺术主题以及艺术技巧、艺术价值等因素，但其着眼点却主要在于探究这些因素可能具有的审美功能、欣赏价值，它们在艺术欣赏活动中的地位和作用，或者与欣赏者之间那种复杂、微妙而有趣的关系等等。比如，在我们研究艺术作品中艺术家有意采用的特殊线条与色彩以及他突出使用的某种结构技巧时，并不是单纯指出他在哪些地方使用了怎样特殊的手段方式，而是探寻他所使用的这些特殊手段方式造成的审美效应，以及他们在唤起欣赏者的心理感受中的特殊意义。

艺术欣赏研究的另一个重要对象，是作为接受主体的欣赏者。我们知道，艺术欣赏是完整的艺术活动的“终端”，是艺术作品的功能与价值实现最重要的环节。艺术价值只有通过欣赏主体的一系列活动，才能得到体现。因此，研究欣赏主体，特别是研究欣赏主体的心理机制、心理过程和心理影响，也就成为艺术欣赏研究的重要课题。

研究欣赏者的心理机制和心理过程，应同时注意防止两种倾向。一方面，我们要避免仅仅以社会学的方法来解释心理现象，把艺术欣赏中心理发生、发展过程及其特点，统统归结于社会历史和文化背景的影响；另一方面，也要防止以反理性主义的态度来分析心理现象，把有多种因素参与的艺术欣赏心理活动仅仅当作是孤立的、纯粹的个人心理的感受。只有把欣赏者审美心理的研究与社会历史、文化背景研究和美学分析结合起来，才能有效地揭示和概括艺术欣赏活动中的心理特征和规律，才能有效地揭示艺术欣赏活动的深刻本质。

艺术欣赏的影响效果也应归入艺术欣赏研究的对象范围。作为艺术活动系统中的一部分，我们无疑可以把艺术欣赏看作是从艺术作品回到现实社会这样的过程。艺术活动向来具有认识作用、教育作用及美感娱乐作用，并且通过这些作用影响人们的社会实践，对社会发挥积极或消极的能动作用。然而，艺术活动这些影响效果决不是简单几句话所能概括的。人们通常以贺拉斯的“寓教于乐”为基点，把艺术欣赏解释为欣

赏者在潜移默化中接受教育，产生社会实践的自觉性，这当然是正确的。但是我们还应当注意到，并不是所有的艺术作品都具有这种影响作用的；而且，欣赏者的心理水平、生活经历或思想感情在很大程度上决定了艺术作品是否能达到艺术家所预期的影响效果。

另一方面，艺术欣赏的效果或影响因欣赏对象而有所不同。欣赏悲剧时产生的悲壮、崇高和恐惧感，与欣赏喜剧时所产生的滑稽、幽默感，其意义肯定不止是心理体验上的情感类别的差异。亚里斯多德的“净化”说有意抬高悲剧的道德教育作用而轻视喜剧的这种价值功能，虽然未免偏颇，但具有各种不同审美形态的艺术作品对欣赏者的影响确有区别，这是需要认真加以辨析的。

艺术欣赏的影响效果还与艺术的传播过程和传播形式相关联。古往今来，许多优秀的艺术作品之所以能保存下来，广为流传，发挥巨大的影响作用，固然取决于它自身的价值，但在一定程度上也有赖于传播方式和工具。从艺术传播学的角度看，艺术传播不外自身传播、亲身传播、团体传播和大众传播四种方式，而不同的传播方式又导致了艺术欣赏影响效果上的差异。一首饶有趣味的抒情诗，在少数诗友间相互传赠，或是在文艺晚会上朗诵，与出现在文学期刊或广播电视里，它所能产生的效果和影响就大不一样。随着电视这种大众传播媒介的普及，一部出版的小说与将其改编成电视剧播出，两者的影响大不相同。所以，研究艺术欣赏的影响效果，不能不涉及到艺术传播的背景、倾向、传播过程和方式等一系列问题。

此外，历史上古今中外艺术欣赏的理论学说，作为对欣赏实践的总结和指导，将有助于我们今天对于艺术欣赏活动现象与本质的认识 and 把握。因此，艺术欣赏学说史论理应成为艺术欣赏研究的对象。

波兰当代美学家坦塔基威兹曾把历史上关于审美经验的理论（这里的“审美”主要指的是艺术经验——引者）概括为八种类型：1）审美经验是一种独特的经验；2）审美经验是一种感觉上的愉快；3）审美经验是一种认识的经验；4）审美经验是在一种幻觉的想象世界中起作用，或表现为有意识的幻觉，或表现为“假造性”的情感，或表现为假造性的判断，或以游戏的形式出现；5）移情的理论；6）审美经验来自对艺术作品的静观；7）审美经验产生于审美对象的孤立，或心理距离，以及与现实世界的无利害关系之中；8）舒适的理论^[1]。当然，这一框架很难说是包蕴了所有主要的有关艺术审美或欣赏的理论学说，有的概括也许

[1] 引自朱狄：《当代西方美学》，第236～238页，人民出版社1984年版。

不尽妥当。但是，这种努力的本身是富有意义的，其中不乏可供参考之处，值得我们重视。

二、作为欣赏基本对象的艺术作品的疆界

通常认为，艺术欣赏的唯一对象就是艺术作品，似乎也很少有人质疑这一提法的精确性问题。但是，从理论的系统观点来考察，则能发现这种提法还不够精确。事实上，我们通常在阅读一部小说、一首诗歌，或是观赏一幅绘画时，也许可以确认这小说、诗歌或者绘画是唯一的欣赏对象。但在另一些场合，情况则有所不同。面对一尊雕塑，欣赏者接受的对象往往不仅是雕塑作品本身，而同时也包括对雕塑背景如街道、广场、建筑，甚至周围的园林山水等自然对象的欣赏，以及对这些景物与雕塑的和谐度的欣赏。去剧院欣赏戏剧或是听音乐会，进入欣赏者视野的往往不仅是戏剧或乐曲，同时也包括演员的表演活动。虽然作为雕塑背景的道路、广场或自然风光，演员的形体风姿、演员和观众直接感情交流而产生的剧场氛围等等，都不属于艺术作品的有机组成部分，然而这些因素往往也能给欣赏者以深刻的审美感受，并且影响到他对作品本身的判断和评价。因此严格地说，艺术欣赏的全部对象不仅应当包括艺术创作的某种产品即艺术作品，而且也应当包括人类所从事的与艺术相关的活动。

由此，涉及到艺术作品的疆界问题。作为艺术欣赏的基本对象，艺术作品将在怎样的意义范围内确立起自己的本体地位？对此，有多种不同的表述。

有一种观点认为，文学的艺术作品是指那些印刷品，而能在博物馆、美术馆或音乐厅等地方占得一席地位的，便是美术品或音乐作品，等等。总之，任何进入艺术传播领域的东西均可称之为艺术作品^[1]。这种观点实际上把普通常识弄颠倒了。一般地说，如果某一件东西是艺术作品，它才能够在被印刷出版后，或是当它出现在美术馆、音乐厅里时，成为人们欣赏的对象。但是，相反的命题则不能成立。例如一本法律书或宗教书，一套哲学著作或一部语言词典，即使印刷装帧得再精美，也明显地不属艺术作品，不会成为艺术欣赏的对象。另一方面，许多未经印行的东西，如大量流传于人们口头的民歌、故事传说，却无疑是艺术作品。同样，出于现代某些异想天开的“美术家”之手，把不知从什么人的起居室里搞出来的破椅子、烂凳子、脏抹布、门把手以至便溺器、纸板箱、

[1] 参见《英美美学界关于艺术定义的讨论》，《美学译文》，第2辑，第281～236页。

山羊头之类充作“原生态艺术品”，把废铜烂铁胡乱堆放成所谓雕塑作品，把粗制滥造或略有加工的东西与达·芬奇、伦勃朗或是德拉克洛瓦等历史上不朽的名作混为一谈，这些所谓的艺术作品虽然曾煞有介事地被放进美术馆，流入艺术品市场，并被某些人竭力吹捧，但是对于绝大多数欣赏者以至理论家来说，更多地是感到厌烦、惶恐和不安，而难以把它们当成艺术作品来接受。可见，尽管没有什么明确的界限来限制人们把某些东西塞进艺术领域，但并非一切进入艺术领域的东西都能被社会认可为艺术作品，成为艺术欣赏对象的。

其实，上述那种旨在扩大艺术作品疆界的理论在 19 世纪后期便已显露端倪，到了 20 世纪逐渐形成为较有代表性的观点。比如，当代著名的学者拉罗在界划艺术作品的范围时，列出了七大种类，其中第七类“爱和引起爱的艺术”，就包括有美食、香料制造等现象^[1]。另一位著名美学家托马斯·芒罗表示了相似的意见。在芒罗看来，不但文学、戏剧、绘画、音乐等等是艺术，而且畜牧学、整形外科学、化妆、烹调、酿酒、理发……也都是艺术。这样，艺术作品的种类竟然可达四百种之多^[2]。不可否认，拉罗和芒罗的见解也有一些合理之处，就如我们以后将要阐述的那样，随着人类社会的发展，艺术种类确实是在不断扩展，而人类的某些创造性活动，它们本身的审美表现形式也可能具有艺术形象的意义（如化妆、服饰等），但是归根结底，烹饪、化妆、理发以及医学、服装设计等等，实际上并不是艺术创作，而只是搀杂着

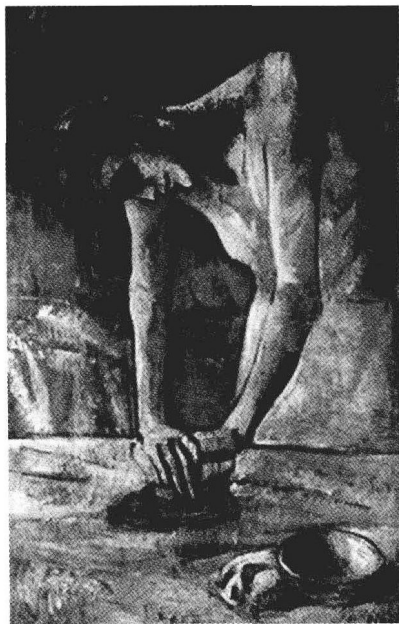
审美因素的人类掌握现实的各种形式罢了。如果说，这类活动也能给人以类似艺术欣赏的经验感受的话，那只是表明了人类在自己实践领域的创造过程中，对美的规律的把握和追求。它们虽然是审美活动的对象（审美活动的内涵远比艺术欣赏要宽泛），却不能成为艺术欣赏的对象。

在这一点上，分析美学的代表人物莫里斯·韦滋走得更远。在他那里，连“艺术品必须是件人工制品”的说法也遭到否认。他认为：“没有一种认识的标准可以构成必要和充分的条件。因为在我们断言某件东西是艺术作品之时，可以拒绝这些条件中的任何一个条件，甚至认为艺术作品必须是件人工制品这种传统上被认为是艺术作品的最基本的条件也能被拒绝。如

[1] 引自莫·卡冈：《艺术形态学》，第 98～99 页，生活、读书、新知三联书店 1986 年版。

[2] 引自《美学文艺学方法论》（上）第 110 页，文化艺术出版社 1985 年版。

熨衣服的女人



认为:‘这块漂浮木是件可爱的雕塑品’……”^[1]这是一种所谓“开放式”的关于艺术作品的界划,其本意是想为某些现代派创作寻找理论上的依据。但是将一块未经任何加工的漂浮木也当作是件艺术作品,这无疑只能给本来就已显得模糊的艺术作品的疆界变得更加混乱和难以辨识。因为在这一界划中,认可一件艺术作品或是反过来否定它不需要任何客体条件,人们完全可以把世界上的任何东西都看作是艺术作品。显然,这种带有极大随意性的理论,是无法准确地界划出艺术作品的疆界的。

还存在着另一种将艺术作品的范围不恰当地缩小的倾向。有些著述注意到艺术活动与其他领域的精巧活动之间的区划,并试图从功能特点上来确定艺术作品的疆界。这种界划无疑具有积极的意义,可惜由于过分注重审美功能与实用目的之间的区别与对立,以致艺术作品的疆界被划得非常狭小,只是局限于文学、绘画、音乐、舞蹈、戏剧、电影等艺术种类,甚至把建筑与实用艺术都排斥在这个艺术世界之外^[2]。

这种界划从根本上否定了艺术作品多样性表现的可能性与前景。只要我们粗略地观察文学艺术的全部历史,就不难发现处于这个艺术体系中的各类作品的功效并不是亘古不变的。毫无疑义,在实用的非艺术品和非实用的艺术品之间,存在着一系列变化和过渡。一部分最初只是为了满足人们实用需要而生产的实用品,由于在创造和发展过程中其审美因素的增长而带有愈来愈多的审美价值,这样,由量变到质变,最终成为实用艺术品或工艺品。即以建筑而言,它在本质上是供人们居住、工作、社交以及进行其他活动的场所,因此直到今天,大多数建筑物如普通住宅、办公楼、厂房、村寨、磨坊等,都称不上是艺术品;而另一些具有深刻的社会审美意识的建筑,如宫殿、教堂、庙宇、园林、陵墓等,却以它们独立而且独特的审美功能,成为一种呈现于空间的、静态的艺术品。同样,虽然实用艺术品的领域不可能包括一切家具、服装和器皿,但确有一部分这样的产品,当人们对之经过有意识的审美处理以后,其外部形态具有了可供观赏的艺术价值,如果观赏价值与实用价值并重,甚至观赏价值上升为第一位因素时,它们便也获得了工艺美术品的称号,也就是说完全具备了进入艺术品领域的资格。事实上,大多数理论家早已习惯于将建筑、实用艺术品作为具体的艺术种类加以认真研究和考察。黑格尔认为艺术史上循序占主导地位的首先是建筑艺术,其次是雕塑、绘画,最后才是音乐和文学^[3];丹纳将欧洲艺术发展划分为四个高峰时期,认为建筑是中世纪最有代表性的艺术品种^[4];一般艺术形态学研究也都把

[1] 引自朱狄:《当代西方美学》,第114页,人民出版社1984年版。

[2] 引自《美学文艺学方法论》(下),第321页,文化艺术出版社1985年版。

[3] 黑格尔:《美学》第2卷,商务印书馆1979年版。

[4] 丹纳:《艺术哲学》第一章,人民文学出版社1963年版。

建筑列为三度空间的表现性艺术，便是极好的证明。

由此看来，在界划艺术作品的疆界时，有必要注意到来自两个相反极向的障碍：一方面，我们反对片面或任意扩大艺术作品的范围，那样做只会导致模糊、甚至消除艺术作品的疆界；另一方面，我们又不赞同使艺术作品范围狭隘化的倾向。仅仅抓住传统和经验的经典性，把艺术疆界限定在一种恒久不变、完全封闭的体系内，无论从艺术历史性的观点或是艺术欣赏现实的情形来看，这都是行不通的。

三、艺术生产与艺术欣赏的对象

在我们讨论艺术作品的疆界问题时，其实多少已经涉及到了艺术生产与艺术欣赏对象的关系。作为艺术欣赏基本对象的艺术作品从来就不是一种恒量的存在，而总是处于发展、变化的状态之中。进一步考察，这种发展与变化又总是与艺术生产联系在一起的。

艺术生产与艺术欣赏对象的联系，在相当程度上体现为一个时代艺术生产的状况决定的那个时代作品的数量、种类和样式。在艺术诞生的初期，艺术作品不仅数量少，而且种类也少。诗、歌、舞三位一体，绘画、雕塑尚未从工艺品中分化出来，只是在漫长的历史进程中，艺术不断处于分化、综合，从而逐渐趋于多样化。我们也许可以从进化论的意义上来解释艺术作品的这种历史性动态结构。尽管每一个时代艺术生产的状况并不相同，而某些艺术品种或样式将在演变过程中衰退消亡，但从总的趋势看，艺术发展呈进化状态，艺术生产的数量在增长，艺术作品的种类也不断趋向多样化。

当然，艺术进化的意义不仅仅是指艺术生产数量上的增殖或种类上的多样化，更重要的还在于它向人们展示了这样一条艺术发展规律：随着人类审美能力的提高和丰富，人们的艺术审美领域不断得以扩展，从而艺术欣赏的对象也随之而变得日益丰富和多样。即以丑作为欣赏对象来说，在古典主义以前，艺术似乎只表现美的对象（连艺术表现材料也须和谐统一），任何对于生活或自然中丑的东西的描绘都将被视为是对艺术的背叛。正因为如此，莎士比亚那些生动、精湛的戏剧屡屡遭到严厉的指责。但是，这种成见由于近代现实主义和浪漫主义的兴起而被一扫而空。与古典雕塑讲究材料的光滑无瑕，形象的典雅优美相反，近代雕塑往往故意挑选有斑痕或瑕疵的石料，塑造粗糙、丑陋的形体。例如

罗丹的名作《欧米哀尔》以令人震惊的艺术力量，向人们展示了一个年老色衰，仿佛浑身“都在摇动、战栗、僵硬、干瘪”，几乎找不出任何形体美的妓女形象。即使作品诞生之初引发了巨大的争论，但最终它还是为广大欣赏者所理解、所接受，这件雕塑也成为艺术史上“稀有的丑陋的典范”^[1]。同样，与古典主义崇尚“风度”、“雅趣”的“纯正文学原则”迥异，雨果以《巴黎圣母院》、《笑面人》等一系列非凡的作品，成功地向世人证实了他“滑稽丑怪结合崇高优美”的美学原则所具有的艺术价值^[2]。把生活与自然中的丑引进艺术领域并使之成为艺术欣赏的对象，无疑是人类审美及艺术欣赏疆域拓展的结果（当然，现代主义有些创作完全否定传统，专以丑作为表现和追求的理想，与我们这里说的意义有所不同）。从这个意义上说，



欧米哀尔 罗丹

艺术生产与艺术欣赏对象的关系是双重的：一方面，艺术生产的状况决定了艺术欣赏对象的数量和种类；另一方面，欣赏对象生产着欣赏主体，就是说，艺术欣赏的对象提高了欣赏者（广义上也包括作家、艺术家）的欣赏能力，并反过来推进艺术的进化过程。

如前所述，艺术作品价值的判断并不是件容易的事。正由于此，艺术的进化过程会呈现相当复杂的局面。有时候，一些艺术作品往往得不到欣赏大众的承认（那些内容及形式上同时具明显“反叛”品格的作品更为突出）。要使欣赏者超越或是摆脱审美经验，自动地接纳新的艺术品种（包括全新的艺术表现手法），肯定需要时间。如果说，文学艺术的进步在某些领域相对还较为顺利——如音乐艺术的器乐曲、近代意义上诞生的小说，或以现代科学技术发展为前提的电影、电视艺术，虽然在其发展过程中也经历了不同的曲折，但终究还是被大多数人所认可，并发展为当今最重要的艺术形式；那么，在另一些领域遇到的麻烦则明显要大得多。摄影从它诞生起，就一直为争取艺术领域的一席之地而奋斗不已，但直至今今天，绝大多数艺术分类学研究著述依然拒绝将摄影作为一种独立的艺术分类研究的对象。即使在少数相对重视摄影的理论著述里，依然缺乏有力的论述来说明，日常生活中早已为大众所熟悉的一般摄影，与作为一种艺术样式的摄影究竟有怎样的区别。但是，只要这

[1] 《罗丹艺术论》，第22页，人民美术出版社1978年版。

[2] 《雨果论文学》，第30页，上海译文出版社1980年版。

个对象问题得不到最终解决，艺术分类学研究也就不能说是完善的。因为如果把艺术作品的范围局限于一般谈论较多的文学、绘画、雕塑、音乐、舞蹈和戏剧、电影、实用工艺品等艺术种类，现有的分类学研究结论也许基本正确；但如果将摄影之类也包括在艺术作品范围之内，我们现有的关于艺术的结论就将起很大变化，而作为艺术欣赏对象的艺术作品的数量、品种也会因此而大大增加。

强调上述问题旨在说明，由于现代科学技术的高度发达，艺术的进化速度与方式已与以往大不相同。艺术发展不仅在速度上使人眼花缭乱，而且具有越来越强烈的科学意识，具有与传统艺术很不相同的审美功能特点。如果说，广播剧、电视剧、电视小说、电子音乐、无笔画、丙烯画等艺术新品种主要还是趋向于传统艺术的审美功能的话，那么，迪斯科舞、艺术体操、冰上芭蕾、装潢设计、艺术广告、服装表演等，却以介于艺术与非艺术之间的内容及形式特点，渗透于生活的各个领域，它们使艺术的界限变得模糊，也使艺术欣赏的对象变得更为复杂和多样。利用电脑、激光进行艺术创作，在几十年前多半还被当作是“天方夜谭”式的想入非非，但是随着新的技术革命，它们不仅开始被运用于搜集、贮存或处理信息，辅助艺术家进行艺术生产，而且还出现了由电脑独立完成的绘画、雕塑和音乐作品（尽管必须事先输入相应的信号或程序，而且它最终也不能完全脱离了人的智能而存在）。值得重视的是，不管我们持怎样的态度，把它们看作是“准艺术”、“亚艺术”作品也好，抑或干脆否认它们是艺术作品也好，它们作为一种现实的存在，正以其与传统艺术样式不同的特点开始赢得人们的赞赏，并展示了它们的发展前景。对此，我们也许应当持较为宽容的态度，没有理由仍然只是按照既有经验来判别其是否艺术作品，至少在尚未清楚地了解对象的全部性质以前，不能匆匆地断定它是否有资格称为艺术作品。

这里，有必要讨论一下艺术生产与艺术作品之间的深刻矛盾。前文说过，艺术生产的状况大体上决定了那个时代艺术欣赏对象的数量和品种。因此艺术生产的产量愈低，艺术欣赏的对象愈少，愈是不能满足人们的审美需要。相反，艺术生产的产量愈高，艺术欣赏的对象愈多，也就愈是应该能够满足人们的审美需要。但这仅仅是指一般情况而言。有时候，艺术生产与消费之间可能会出现不和谐。比如，在文学艺术高度发达的今天，艺术生产无论在数量或是品种上都达到了几乎难以数计的地步，然而人们的审美需要依然不能得到完全（甚至是适度）的满足。经常听

到有人抱怨缺乏好的（值得欣赏的）小说、电影、戏剧、绘画、或是音乐、舞蹈作品，认为艺术欣赏的对象相对贫乏；另一方面，艺术产品又明显呈现过剩趋向。影剧院上座率的日益下降已引起广泛的关注；戏剧，尤其是传统戏曲的危机常常使一些有识之士为之担忧；许多艺术作品（包括大量小说、歌曲或绘画）问世以后很少有人问津，有的是在刚诞生的同时便意味着它的死亡，几乎还未来得及传播开以前，就被新的艺术作品所淘汰。

人们提出了不少导致这种不和谐现象的原因，如社会生活节奏的加快、人类审美需要的急剧改变，或是现代文化艺术结构的变革、电视文化的冲击，等等。这些解释当然是有价值的。然而，我们无论如何不能忽视，导致艺术作品既贫乏、又过剩的更深刻的原因，还在于艺术生产自身。我们知道，艺术生产是一种创造，必须以自己独特的艺术追求和创新品格才能获得较高的艺术审美价值。一旦创作活动被自觉不自觉地纳入程式轨道，表现出规模化、公式化或雷同化倾向，这就意味着创作产品的贬值，从而必然影响到艺术消费过程。在2008年召开的中国电视艺术50年高峰论坛上，有专家引用这样一组数据，来说明今天中国电视剧生产所达到的规模：1981年电视剧年产量110集，1982年330集，1984年1239集，1986年2336集……而2007年电视剧的年产量则已达到529部、14670集，全国平均每天生产电视剧40集左右。然而据统计，“包括央视在内的全国300多家电视台积压的、基本上不可能播出的电视剧，每年多达一万集，约有30亿资金无法收回，浪费惊人。面对电视剧的“旺盛”转为“过剩”，业内专家学者，包括不少导演、制片人，都不禁发出疾呼：“该重质而非重量了！”^[1]可见，粗制滥造，水准低下，正是当前国产电视剧（这一原则完全可以类推到其他艺术种类）大量“过剩”，同时又相对贫乏的症结所在。

应该指出，一个时代的艺术生产并不构成艺术作品的全部。艺术欣赏的对象不仅包括当代生产的艺术作品，而且也包括以前时代的艺术作品。尽管艺术作品的产生必然包含着生产这些作品的时代的特点，但作品所具有的艺术价值和生命力，则是不受一定时代限制的。一般物质产品都将在消费过程中逐渐消耗尽其价值而最终消失，但艺术作品的价值不会在消费过程中受到价值上的损耗。不论希腊雕塑和史诗或是中国历代名画与戏曲，即使这些作品经历过无数的艺术消费，然而直至今日，它们依然作为普遍的艺术欣赏的对象，闪耀着瑰丽的光芒。正是艺术消

[1] 赵屿：《数量多不如质量好》，《光明日报》2008年5月23日。

费过程的特殊性决定了艺术欣赏对象与艺术生产关系的双重性：一方面，欣赏对象要受到一定时代艺术生产的影响；另一方面，欣赏对象又总是摆脱艺术生产的制约，具有超越时代和空间的相对恒久性。当然，强调艺术作品的恒久性，并不意味着它的消费价值在任何时候都呈现为超稳态结构，事实上，每个时代和民族都会对现有的和过去的艺术作品进行“筛选”，重新认识和评价它们，这便使艺术作品的命运变得十分复杂而富于戏剧性：有些杰出的艺术作品在当时不被承认，甚至在一段时期内被遗忘，但后来又重新受到欣赏者热烈广泛的欢迎。像但丁、莎士比亚、拉辛、司汤达、陶渊明、曹雪芹以及马奈、凡·高、吴镇等人的作品都有这样的经历。因此，我们所说的恒久性，从整体意义上而言主要表现为艺术欣赏对象的历史性积累过程，就是说，随着人类社会历史的发展，艺术欣赏的对象必然愈加丰富和多样。

最后需要强调的是，每一个时代艺术生产总是呈不平衡状态，而在每一个时代里起着主导作用，得到优先发展的艺术品种，多半也在欣赏领域占优势地位。这样，在各个时代，艺术欣赏对象的地位和关系就不是同等的、一成不变的，总是有些艺术种类大量地被消费（可能被大量的重复消费），而另一些艺术品种则较少被消费，仿佛很自然地退居次要地位。这种占优势地位的作品，有时是文学（其间也有诗歌、散文、小说等区别），有时是绘画，有时是戏剧，有时则是电影或电视艺术作品。

四、艺术传播与艺术欣赏的对象

近年来，美学、文艺学的方法论研究正日益引起人们关注。从艺术信息学的角度来考察，我们可以把艺术活动看作是一种信息过程。这样，通常所规定的艺术生产（创作）——艺术作品——艺术消费（欣赏或接受）这么三个艺术活动的环节，其实也就是文学艺术家组织和输出信息，欣赏者则对艺术信息加以接受的过程，而艺术作品作为一种信息载体，便成了人与人之间进行社会交往，实现心灵“对话”的媒介品。正是从“艺术家——艺术作品——艺术欣赏者”这一统一的过程来研究艺术欣赏活动，我们发现，影响到艺术欣赏对象功能效应的，不仅仅是艺术生产的状况，也不仅仅是欣赏者的审美能力或心境，而且应当包括艺术传播因素。就是说，艺术传播的方式、传播工具以及传播过程、传播倾向等，在一定程度上同样能帮助或阻碍艺术作品价值的实现。