

中央美术学院艺术管理学系
成立十周年国际研讨会文集

艺 与 脑

艺 术 管 理 思 考

余丁 主编



知识产权出版社
全国百佳图书出版单位

中央美术学院艺术管理学系
成立十周年国际研讨会文集

艺 与 脑

艺术 管理 思考

余丁
主编

图书在版编目 (CIP) 数据

艺与脑：艺术管理思考 / 余丁, 王文婷, 张瀚予主编. —北京：知识产权出版社, 2014.10
ISBN 978-7-5130-3087-8
I. ①艺… II. ①余… ②王… ③张… III. ①艺术—管理学 IV. ①J0-05
中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第237093号

内容提要

作为一门在实践需求呼唤下产生的应用型学科，艺术管理学诞生于20世纪60年代的美国，并扩展到欧洲和亚洲。艺术管理学科建构之初的基本思路在于将经济领域的管理学方法论引入文化与艺术领域，其宏观背景是现代社会的整体经济化。在当下，文化艺术的社会功能需要被重提和强调，社会学、文化学在艺术管理学的教学系统里成为新的重点，公共管理中的文化要素也纳入到学科的视野，这是对过去艺术管理过于依赖经济管理学的反思和平衡。艺术管理学的先行者需要打破被具体现象蒙蔽的局部思考，鸟瞰全局、回归本位，展开『艺术管理思考』，探索艺术管理学界和业界未来发展的真正出路。

责任编辑：陆彩云 许 波	责任出版：谷 洋
特约策划：王 倩	特约编辑：许小亮 王 茜 李 享
封面设计：迟 昭	

艺与脑：艺术管理思考
Yi yu Nao: Yishuguanli Sikao

余丁 主编 王文婷 张瀚予 执行主编

出版发行：知识产权出版社 有限责任公司	网 址： http://www.ipph.cn
电 话：010-82004826	http://www.laichushu.com
社 址：北京市海淀区马甸南村1号	邮 编：100088
责编电话：010-82000860转8380	责编邮箱：xbsun@163.com
发行电话：010-82000860转8101/8029	发行传真：010-82000893/82003279
印 刷：北京科信印刷有限公司	经 销：各大网上书店、新华书店及相关专业书店
开 本：720mm×1000mm 1/16	印 张：10.25
版 次：2014年11月第1版	印 次：2014年11月第1次印刷
字 数：200千字	定 价：80.00元

ISBN 978-7-5130-3087-8

出版版权专有 侵权必究
如有印装质量问题，本社负责调换。

目 录

41 39 34 26 19 15 7

主题演讲一	从艺术体制理论看艺术管理／彭锋
主题演讲二	拯救艺术，拯救大脑——数字世界的文化、艺术管理的未来／〔德国〕克劳斯·西本哈尔
主题演讲三	中国高等艺术管理教育专业的现状、特点与展望／谢大京
主题演讲四	欧洲视角下的艺术管理／〔意大利〕卢卡·赞
主题演讲五	音乐艺术管理的若干思考及理念更新——以中央音乐学院艺术管理专业为中心／和云峰
特别演讲	数字化生存／彦风
主题演讲六	我国当代艺术管理的基本特征／田川流

81 76 71 68 63 59 55 51 44

主题演讲七	44	艺术管理者如何成为文化守护人／郑新文
主题演讲八	51	日本当下的文化政策／〔日本〕藤野一夫
主题演讲九	55	艺术与艺术管理课程的结合／〔美国〕桑德拉·朗·兰兹曼
主题演讲十	59	做『知行合一』的艺管人：谈艺术社会学的方法论意义／张朝霞
主题演讲十一	63	艺术管理培训与研究的边界／〔加拿大〕弗朗索瓦·科尔伯特
主题演讲十二	68	艺术管理学系学科的课程建设、教材跨学科覆盖及相关问题／龚继遂
附录一	71	研讨会嘉宾致辞
附录二	76	研讨会嘉宾简介
附录三	81	嘉宾肖像

中央美术学院艺术管理学系
成立十周年国际研讨会文集

艺 与 脑

艺术 管理 思考

余丁
主编



知识产权出版社

全国百佳图书出版单位

图书在版编目 (CIP) 数据

艺与脑：艺术管理思考 / 余丁, 王文婷, 张瀚予主编. —北京：知识产权出版社, 2014.10
ISBN 978-7-5130-3087-8

I. ①艺… II. ①余… ②王… ③张… III. ①艺术—管理学 IV. ①J0-05
中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第237093号

内容提要

作为一门在实践需求呼唤下产生的应用型学科, 艺术管理学诞生于20世纪60年代的美国, 并扩展到欧洲和亚洲。艺术管理学科建构之初的基本思路在于将经济领域的管理学方法论引入文化与艺术领域, 其宏观背景是现代社会的整体经济化。在当下, 文化艺术的社会功能需要被重提和强调, 社会学、文化学在艺术管理学的教学系统里成为新的重点, 公共管理中的文化要素也纳入到学科的视野, 这是对过去艺术管理过于依赖经济管理学的反思和平衡。艺术管理学的先行者需要打破被具体现象蒙蔽的局部思考, 鸟瞰全局、回归本位, 展开『艺术管理思考』, 探索艺术管理学界和业界未来发展的真正出路。

责任编辑: 陆彩云 许 波
特约策划: 王 倩
封面设计: 迟 昭

责任出版: 谷 洋
特约编辑: 许小亮 王 茜 李 享

艺与脑：艺术管理思考 Yi yu Nao: Yishuguanli Sikao

余丁 主编 王文婷 张瀚予 执行主编

出版发行: 知识产权出版社 有限责任公司	网 址: http://www.ipph.cn
电 话: 010-82004826	http://www.laichushu.com
社 址: 北京市海淀区马甸南村1号	邮 编: 100088
责编电话: 010-82000860转8380	责编邮箱: xbsun@163.com
发行电话: 010-82000860转8101/8029	发行传真: 010-82000893/82003279
印 刷: 北京科信印刷有限公司	经 销: 各大网上书店、新华书店及相关专业书店
开 本: 720mm×1000mm 1/16	印 张: 10.25
版 次: 2014年11月第1版	印 次: 2014年11月第1次印刷
字 数: 200千字	定 价: 80.00元

ISBN 978-7-5130-3087-8

出版权专有 侵权必究
如有印装质量问题, 本社负责调换。

中央美术学院艺术管理学系成立至今已逾十年，其成长史基本上是中国艺术管理学发展历史的缩影。而就在这过去的十年中，我们所生活的世界发生了极大的变化。全球化、信息化、尤其是社交网络等新媒体的发展，不只更新了艺术管理教育和实践的工具与媒介，而且深层并彻底地改变了人类的生活方式。文化传播渠道以及观众行为模式的变化固然值得艺术管理学思索，然而在这一人类生活方式的彻底变革中，更深层、更具有根本性的变化在于艺术与文化本身。我们认为，目前的艺术管理学发展已进入到一个关键阶段，即从方法论的层面回归本体论的层面，回归到对文化与艺术本身的反思与重新认识上。换言之，我们已走到一个岔路口，只有回答了『我们从哪儿来，我们是谁』的根本问题，才能找到『我们到哪儿去』的方向。本次国际研讨会旨在和国内外艺术管理学领域的同仁共同探讨这一基本问题。

作为一门在实践需求的呼唤下产生的应用型学科，艺术管理学诞生于20世纪60年代的美国，并在接下来的几十年里逐渐扩展到欧洲和亚洲世界。从诞生伊始，作为学科的艺术管理就从未停止过从别的学科『借力』。正如其名字所暗示的那样，艺术管理学科建构的基本思路在于将经济领域的管理学方法论引入文化与艺术领域，其宏观背景是现代社会的整体经济化。在包罗万象的整体经济化背景下，文化也不可避免地成为经济现象的一部分。文化成为一种市场，进而成为一种产业。文化市场的竞争态势呼唤着文化营销的产生，文化产业的发展更对传统的文化工作者提出了新的挑战，将微观和宏

观经济管理的新鲜血液输入文化领域的『文化管理者』作为一种新的职业也应运而生。

然而，随着新世纪经济危机的出现和蔓延，人们意识到『经济药方』并非是对症文化挑战的万能良药。即便以『创意』代『文化』的新产业提法，也必须在泛经济化的『产业』思维沉淀之后，回归『创意之本何来』的根本问题。近年来，继『经济药方』之后，文化艺术的社会功能被重提和强调，社会学、文化学在艺术管理学的教学系统里成为新的重点，实则将公共管理中的文化要素纳入到学科的视野。这固然是对过去艺术管理过于依赖经济管理学药方的反思和平衡，然而并未昭示艺术管理学界和业界未来发展的真正出路。

君子之思不器。在设计学领域提出打破传统设计学的窠臼、提倡综合型的『设计思考』（Design Thinking）概念时，我们认为，艺术管理学的先行者们也需要打破被具体现象蒙蔽的局部思考，鸟瞰全局、回归本位，展开『艺术管理思考』（Arts Administration Thinking）。我们认为『A&B』这一缩写不再仅仅意味着『Arts & Business』，而更深层地指向『Arts & Brain』。我们相信，未来培养的艺术管理者应该是具备思考力和战斗力的『战士』，他们不仅仅『武装到牙齿』（方法论），而且是真正地『武装到大脑』（艺术管理思考者）。通过研讨会这一契机，我们期待与中外学者商讨一种对艺术管理学的重新理解。

目 录

41 39 34 26 19 15 7

主题演讲一	从艺术体制理论看艺术管理／彭锋
主题演讲二	拯救艺术，拯救大脑——数字世界的文化、艺术管理的未来／〔德国〕克劳斯·西本哈尔
主题演讲三	中国高等艺术管理教育专业的现状、特点与展望／谢大京
主题演讲四	欧洲视角下的艺术管理／〔意大利〕卢卡·赞
主题演讲五	音乐艺术管理的若干思考及理念更新——以中央音乐学院艺术管理专业为中心／和云峰
特别演讲	数字化生存／彦风
主题演讲六	我国当代艺术管理的基本特征／田川流

44	主题演讲七	艺术管理者如何成为文化守护人／郑新文
51	主题演讲八	日本当下的文化政策／〔日本〕藤野一夫
55	主题演讲九	艺术与艺术管理课程的结合／〔美国〕桑德拉·朗·兰兹曼
59	主题演讲十	做『知行合一』的艺管人：谈艺术社会学的方法论意义／张朝霞
63	主题演讲十一	艺术管理培训与研究的边界／〔加拿大〕弗朗索瓦·科尔伯特
68	主题演讲十二	艺术管理学系学科的课程建设、教材跨学科覆盖及相关问题／龚继遂
71	附录一	研讨会嘉宾致辞
76	附录二	研讨会嘉宾简介
81	附录三	嘉宾肖像

从艺术体制理论看艺术管理

彭锋

艺术管理在近年来取得了长足的发展，这一方面可以视为管理科学发达的结果，另一方面也可以视为艺术内部的要求。本文将着重从20世纪艺术的新定义出发，从艺术内部的变化探讨艺术管理的必要性。

一、艺术的新定义与艺术体制理论

所谓艺术的新定义，指的是20世纪后半期以来出现的几种有代表性的艺术定义。之所以将它们归结为新定义，不是因为它们在时间上晚出，而是因为它们在性质有所不同。首先，这些艺术定义都是在认定艺术无法定义之后作出的，因此我称之为不可定义之后的定义。其次，这些定义都关注一些无法从艺术作品中直接识别的因素，都将艺术之外的某些因素视为艺术的定义性特征。

从20世纪中期开始，出现了一批反对艺术定义的理论。这些理论一方面是受到了当时艺术实践的刺激，另一方面是对维特根斯坦(Ludwig Wittgenstein)的《家族相似》(family resemblance)理论的运用。

鉴于这些理论家是在用维特根斯坦的理论来反对艺术定义，因此他们都被称之为新维特根斯坦主义者（neo-wittgensteinian），代表人物有兹夫（P. Ziff）、肯尼克（W. Kennick）和韦兹（M. Weitz）等。根据维特根斯坦的『家族相似』理论，某些被归结为一类的东西，并不是因为它们共有一个本质。我们可以根据某些东西之间的交叉重叠的相似，将它们归结为一类。就像一个家族里的成员那样，他们常常不会在某一点上相似，比如鼻子相似，而是许多交叉重叠的相似，比如有人鼻子相似，有人眼睛相似，有人耳朵相似等等。由此，将某些事物归结为一类，并不需要它们之间具有共同的本质，而没有共同的本质，就无法对这类事物进行定义。由此可见，我们并不总是根据定义来归类的。新维特根斯坦主义者认为，艺术就是这样一种家族相似概念。被称之为艺术的东西五花八门，尽管它们之间也具有一些交叉重叠的相似性，但不具备下定义所必需的本质特征或者充分必要条件，因此给艺术下定义是不可能的。但是，没有关于艺术的定义，并不会妨碍我们识别某物是否是艺术，更重要的是，给艺术下定义还会妨碍艺术的创新。因此，给艺术下定义不仅不可能，而且没有必要。〔1〕

新维特根斯坦主义者对艺术定义理论的批判，对传统的艺术定义理论造成了致命的打击。不过，很快就有人发现，新维特根斯坦

主义者误读了维特根斯坦的『家族相似』理论。比如，在曼德鲍姆（M. Mandelbaum）看来，维特根斯坦的『家族相似』的隐喻，并不是说一个家族的诸成员之间没有任何共同的相似性，而是说没有任何外显的（exhibited）相似性，比如没有面相特征上的相似，但并不排除存在非外显的（non-exhibited）共性，比如拥有共同的祖先或者遗传基因。面相特征是外显的，可以通过感知来识别。遗传基因是非外显的，不能凭借感官来识别。如果艺术是一个家族相似概念，那么就表明艺术的共同特征不是通过直观来识别的外显特征，而是不能通过直观来识别的非外显特征。传统艺术定义的错误在于，它们都力图从艺术的外显特征方面去下定义。但是，传统艺术定义的错误，并不表明艺术是不可定义的，因为我们还可以从艺术的非外显特征方面去定义艺术。〔2〕

艺术的定义性特征不是我们从艺术作品中能够直观到的某种外显特征，而是隐藏在艺术作品背后的某些非外显的特征，这一点差不多得到了当代艺术定义理论的普遍认可，它构成了当代艺术定义理论与传统艺术定义理论的显著区别。

艺术的定义性特征是不能通过直观来识别的，这是20世纪后半期以来关于艺术的新定义的一致看法。现在的问题是，艺术的定义性特征究竟是哪种或哪些非外显特征？在这个问题上，不同的理论

家有不同的看法，它们涉及艺术理论、艺术史、艺术管理等不同的领域。

在当代艺术定义理论中，丹托（A. Danto）的艺术界理论具有广泛的影响。根据丹托的看法，某物是否是艺术，不是由某物自身决定的，而是由围绕在它周围的『理论氛围』（atmosphere of theory）决定的。这种理论氛围是看不见的，因此不是所有人都能够觉察得到的。在艺术圈之中的专家能够识别这种理论氛围，在艺术圈之外的外行就无法识别它。正如哈姆雷特能够看见父亲的鬼魂，而他的母亲却看不见一样。这里的理论氛围涉及艺术理论、艺术史、艺术批评等领域，它们都是关于艺术的解释。在丹托看来，今天关于艺术的解释参与到艺术作品的身份构成之中，在这种意义上，艺术成了理论解释的产物。当然，这种理论解释不是任意的，不是任何东西都可以通过理论解释而转化为艺术作品。比如，沃霍尔（A. Warhol）的《布瑞洛盒子》（Brillo Boxes）在它出现的50年前就不可能通过理论解释而转变为艺术作品，因为50年前的艺术家的艺术实践没有展现布瑞洛盒子成为艺术作品的可能性。理论解释必须在艺术界中进行，必须遵守艺术史、艺术理论的线索和逻辑。[3]

传统的艺术定义经常从艺术的特征和功能上去界定，比如将

艺术定义为美的事物，或者将艺术定义为令人愉快的事物。美是艺术作品的特征，用美来定义艺术可以归入特征定义。令人愉快的是艺术作品的功能，用愉快来定义艺术可以归入功能定义。贝尔（C. Bell）著名的『艺术是有意趣的形式』的定义，就兼顾了特征和功能。形式是特征，意味是功能。尽管丹托不像传统的艺术定义理论那样，从艺术的外显特征方面去定义艺术，而是力图发掘只有专家才能识别的理论氛围作为艺术的定义条件，但是，在迪基（G. Dickie）看来，丹托的艺术定义理论仍然没有超出传统艺术定义的范围，因为它还没有超越从功能方面来定义艺术。传统艺术定义通常强调的是艺术的审美功能，丹托的艺术定义强调的是艺术的解释功能。但只要是从功能上来定义，不管将哪种功能当做艺术作品的定义特征，都无法将所有艺术作品囊括进来，将所有非艺术作品排除出去。因为艺术作品所发挥的功能是全然不同的，而任何物品也都可以像艺术作品一样发挥某些功能。为此，迪基发明了一种新的定义类型，即从程序上来进行定义，而不是从功能或特征上来进行定义。如果从程序上来定义，由于不推举任何功能和特征，因此就可以避免功能定义和特征定义不可避免的缺陷。在迪基看来，一个物品要变成艺术作品就必须经过这样一些程序。首先，它必须是某人有艺术意图地

制造出来的。其次，它必须为艺术界所接受。迪基这里所说的艺术界跟丹托所说的艺术界不同。丹托的艺术界是一种理论氛围，由艺术理论、艺术史、艺术批评构成。迪基的艺术界是一种艺术体制，由艺术家、艺术公众、艺术媒体、艺术机构等等构成。换句话说，是由人、物、制度等等构成的一个社会组织。迪基试图用一组命题来对艺术作出定义：

1. 艺术家是有理解地参与制作艺术作品的人。
2. 艺术作品是创造出来展现给艺术界公众的人工制品。
3. 公众是这样一类人，其成员在某种程度上准备好去理解展现给他们的对象。
4. 艺术界是所有艺术界系统的整体。
5. 艺术界体系指的是一种将艺术家的作品提供给艺术界公众的框架结构。[4]

迪基的理论招致了许多非议，尤其是他强调某物必须被艺术界接受才能成为艺术作品，这种看法通常被认为是为艺术机构的特权做辩护。事实上，许多艺术作品并没有经过『艺术机构的认可』这个程序。比如，一个艺术家有艺术意图地创作出来的东西，如果它既没有被演出、安置、装裱，也没有被出售、流通、公布于众，

更谈不上有艺术批评家的评论、艺术理论家的解释、艺术史家的考证和定位，那么这件东西是否是艺术作品？按照丹托和迪基的理论，这一定不是一件艺术作品，但按照列文森(J. Levinson)的看法，这显然是一件艺术作品。列文森将丹托和迪基都归结为艺术体制理论的倡导者，因为尽管他们的『艺术界』概念的含义不尽相同，但都隐含着通过某种权力赋予某物以艺术地位的意思。也许这对于某种特殊的艺术实践是事实，尤其是适合于处于西方艺术传统中的那种自觉的、被社会承认的、公然宣称的艺术，但并不等于所有艺术实践都需要这种赋予艺术身份的程序。为了弥补丹托和迪基的缺陷，列文森提出从历史的角度来界定艺术作品。在列文森看来，我们在决定某物在某时是否是艺术作品之前，已经有了艺术作品的存在，而且我们已经有了正确地看待那些艺术作品的方式，只要我们以过去看待艺术作品的方式来看待该物，发现该物与过去公认的艺术作品之间存在着关系，该物就是艺术作品。这个定义最容易引起的一个疑问是：过去的那些艺术作品的身份又是怎么确定的呢？对此列文森的回答是，过去的艺术作品在确定它们的艺术身份的时候又参照了它们之前的艺术作品，如此可以不断回溯下去。当然，列文森同意，如果非要设想一个终点的话，我们可以设想一种最初的艺术，

这种最初的艺术是如何界定的不能参照在它之前的艺术情形，因为它在它之前并没有任何艺术形式。对于这种最初的艺术是如何确定自己的艺术身份的问题，列文森没有回答，并坦率地承认他不知道这个问题的答案，因为它已经超出了艺术哲学的范围，进入了考古学和人类学的领域，应该由考古家和人类学家来回答。但是，这个问题即使没有答案也不会影响后面的推论，因为我们处于一个已经有艺术传统的时代，我们这个时代的艺术定义难题可以通过参照以前的艺术来解决。[5]需要注意的是，列文森这里所说的看待艺术的方式是历史地决定的，这里的历史并不仅仅是艺术史，而是全部社会史或者文化史。尤其是当我们考虑到那种最初的艺术的时候，情况就更是如此了。在这种意义上，列文森与丹托仅仅强调艺术史有所不同。不过，在我看来，列文森的历史定义，在总体上仍然可以归入艺术体制理论之中。我们翻译为体制的 institution，也有社会习俗或惯例的意思，列文森强调参照以往看待艺术的方式来处理新兴的艺术问题，实际上就是要求按照社会习俗或惯例来看待艺术问题。列文森的历史定义理论，包含了丹托的艺术学和迪基的社会学，尽管它们都是以较弱的形式出现的。

如此一来，丹托、迪基和列文森的艺术定义理论，都可以归入

艺术体制理论之中。强调从社会学的角度而不是美学的角度来定义艺术，构成艺术体制理论的基本特征，也是新的艺术定义区别于传统艺术定义的关键所在。

二、艺术家与企业家

与艺术的新定义相对应的，是艺术家的新角色。古典艺术中的大师，现代艺术和前卫艺术中的革命者，现在变成了当代艺术中的企业家。

在西方当代艺术界中，负有盛名的艺术家，大多数都是企业家。比如，达米尔·赫斯特 (Damien Hirst) 就被认为是『在世最大的、有可能是迄今为止最大的会赚钱的艺术家。MBA 教师会让他们的学生去分析他的商业策略』(Damien Hirst is the greatest living, and possibly the greatest ever, money-maker-as-artist. MBA teachers get their students to analyse his business strategy.)。关于达米尔·赫斯特的生意经，斯卡平克 (Michael Skapinker) 总结为四个方面，他称之为『达米尔·赫斯特的四副商业面孔』：第一副面孔是杂耍者 (showman)。达米尔·赫斯特就像一个马戏团的表演者 (circus impresarios)，与维多利亚时代的怪异表演 (Victorian freak show) 传统一脉相承。第二副

面孔是广告商 (Adman)。达米尔·赫斯特的作品就像露骨的广告，他那条泡在福尔马林中的鲨鱼，其实就是在制造与艺术有关的话题，是给他自己所做的一个广告。第二副面孔是奢侈品牌经营者 (luxury brand manager)。达米尔·赫斯特作品的许多购买者都是奢侈品公司，这些公司的老板依据同样的策略获得成功，那就是得到精英阶层的认可。就像奢侈品珠宝商不惜用钻石来确保商品的珍贵一样，达米尔·赫斯特也在作品中采用了钻石。比如他的作品《为了上帝的爱》(For the Love of God) 就在一颗由白金浇铸的人头骨上镶嵌了8601颗钻石。第四幅面孔是操盘手 (trader)。二〇〇八年九月，达米尔·赫斯特成为第一位无需经纪人或画廊，在苏富比直接操盘卖掉自己作品的重要艺术家，两天共拍出223件作品，总价达到1亿2千5百万美元。[6] 艺术家成为企业家的现象，不仅在西方当代艺术界中盛行，在中国当代艺术界中也很常见。比如，有人发表文章，感叹当代艺术家越来越像企业家，并以徐冰和蔡国强为例，说明作为企业家的艺术家是如何运作自己的项目。作者最后指出：『艺术家的企业家化也是一个趋势。现在很多艺术家更像一个乡镇企业家，尤其是雕塑、装置和大型艺术，从国外找一个艺术概念和形式，找一批人帮他实施、生产、制作，找美术展览场地做展览，自己在

媒体上出镜宣传营销，最后接待收藏家，将作品卖出去。这种企业家化的艺术家，国外也有此现象，但在中国规模更大，现象更普遍，这主要是中国的助手、空间费用便宜，社会公众、收藏家和媒体也不太懂艺术。』[7]

当代艺术家的企业家化已然是一个全球现象。与艺术学界鄙视这种现象不同，经济学界和管理学界却高度重视它。被批评家们冷嘲热讽的达米尔·赫斯特，却成了工商管理的教学案例。在我看来，对于新生事物来说，冷静的分析胜过激情的褒贬，当代艺术家的企业家化现象也不例外。林克维斯特指出，『当代艺术家对于被称作企业家可能会心生怨恨，尽管今天成为艺术家的条件明显要求企业化的运作。事实上，在艺术家和企业家之间，存在某些有趣的相似性。』[8] 这种相似性已经引起了管理学界的极大兴趣，它们也应该成为艺术学界的研究对象。

三、艺术管理作为当代艺术的内在需要

艺术体制理论让我们注意到，某物是否是艺术作品，受到众多社会学因素的影响。换句话说，社会学因素参与到艺术作品的构成之中。这与古典美学强调艺术作品直接或间接地反映了社会生活不