

# 爲己之讀

王志毅 著

海豚出版社



王志毅 著

海豚出版社

# 爲己之讀

图书在版编目 ( CIP ) 数据

为己之读 / 王志毅著. —北京: 海豚出版社, 2013.12  
ISBN 978-7-5110-1651-5

I. ①为… II. ①王… III. ①书评 - 中国 - 现代 - 选集  
IV. ①G236

中国版本图书馆CIP数据核字 ( 2013 ) 第296932号

书 名: 为己之读  
作 者: 王志毅

责任编辑: 李忠孝 郝付云 慕君黎  
美术编辑: 吴光前  
责任印制: 王瑞松 邵卜硕

总发行人: 俞晓群

出 版: 海豚出版社  
网 址: <http://www.dolphin-books.com.cn>  
地 址: 北京市西城区百万庄大街24号  
邮 编: 100037  
电 话: 010-68997480 ( 销售 )  
010-68998879 ( 总编室 )  
印 刷: 北京中科印刷有限公司  
经 销: 新华书店及各大网络书店  
开 本: 32开 ( 787毫米×1092毫米 )  
印 张: 5.5  
字 数: 74千  
版 次: 2014年8月第1版 2014年8月第1次印刷  
标准书号: ISBN 978-7-5110-1651-5  
定 价: 18.00元

版权所有 侵权必究

## 代 序

阅读先是我的爱好，后来又成为工作的一部分。将阅读中的心得铺陈文字，则是机缘巧合。到了晚近，写作的主要理由则出于记忆：如无书评之约在前，读书时总是漫不经心，如清风翻书，不留痕迹。而为了评论，则免不得要将全书前后翻阅，总结其观点，摘录其要点，有时还得参考其他著作，由是对这本书的领会，会更深入一些。

另一方面，写作本身便是一种极好的锻炼。日常语言虽然是人人都在用的，把握起来却并不容易，时时有词不达意之惑，又常常有推倒重来的冲动。从起初的心浮气躁，到后来可以稍加操

控，再到渐渐能做到落笔前心中有数。在这段旅程中，对文字、文章的结构敏感性，以及语言所内在的音乐感，确乎有了非亲身实践而难有的体验。

而在驾驭文字的探索中，对其他类型的语言也常有触类旁通之感。如看电影时会思索导演是如何运用镜头语言；去博物馆看展览，会猜想布展者讲述这个主题的灵感来源；在餐厅见到美食，还会关心大厨是如何将各种食材完美地结合在一起。因此，与其说我的写作是要与读者分享什么独到心得，倒不如说是一场个人的心灵与智识探索。

这里所收录的书评数量不多，但从内容和学科看颇为广泛，所涉及的著作有史学、经济学、文化批评、学术随笔等。这既客观反映了作者的走马观花，也有一定的主观选择在里面：如能引入一本品质上等、文字可读，但却由于主题或学科所限，较少为读者所知的好书，那这份书评工作，便又有了更多一层的意义。

除了书评外，书稿中还收录了少量影评，分量较重的是三篇“香港电影一瞥”。2003年初到北京，正值SARS流行，在所租的房子里待了几个月，也无工作可寻，聊赖之际写了一系列关于香港电影的文章，总计12篇，约5万字。这里的三篇，分别为其中的第一篇、第六篇与第十二篇。之所以只收录三篇，主要是因为总的篇幅过多，且有重复之处，似不值得全部出版。香港电影对我的成长影响颇深，所以这些文字可能稚嫩了一些，又有过时之嫌，却有真实的感情在里面。

在过去十年，中国电影业经历了戏剧性变化，2003年中国电影票房总和不过10亿元而已，2013年的总票房则超过200亿，增长幅度惊人。10年前的中国电影业从商业上看可以忽略不计，而今天，很少有哪个Shopping Mall是没有电影院的，它又变回了中国文化消费的一个重要组成部分。内中的原因有许多，最主要的当属中产阶级的全面崛起，他们愿意也有能力负担更多的文化消费；另一方面，从2002年起，中国电影业进入了院线时

代，中国电影也从一种尚带有宣传口径的文艺形式，全面转变为一门文化生意。当然就算在今天，每年仍会有不少“主旋律”电影上映，但即使是它们，也已经加上了商业的包装。

商业化当然有商业化的问题。诸如电影公司为了业绩的急功近利，小众电影在院线制下被挤到无人知晓的角落，以及行业内惊人的贫富差距等。但不管如何，那是商业化之后的另一个问题了。因此，书中关于中国电影的一些评论由于多为早年所写，许多已经时过境迁，没什么价值。比如说，当时的中国电影界喜以艺术自居，对商业化的好莱坞时有反感和不屑之声，所以在文章中常流露出为好莱坞和商业体制辩护的态度。到了今天，问题恐怕变成了商业化过度，而专业化和认真的态度不足了。跟当前正处于黄金时代的美剧相比，我们似乎应该多学习别人在剧本上的雕琢、在艺术性上的追求，尽管他们所承受的商业压力一点都不小。

回头来看，对所写的文章有许多不满意之处，

逻辑时有跳脱，文风不够老练，文笔过于煽情，某些批评又执于一端。在整理书稿的过程中，毛病过多的文章便没有收录，对其中的部分文章又作了少量修订，但未作大的调整。其中的重要原因是，文字有自身的逻辑，修订过多不如重写。

书中的一些文章与我的工作有关，所评论的部分书我曾参与编辑或策划，在写作的过程中，我尽量保持客观，但仍然免不了有偏见与过滤之处，这当中的细微差异，相信读者自能分辨。还有一点要指出的是，由于许多文章均发表于媒体，所以部分引用未曾标注，我已尽量注出引文来源，但由于各篇文章发表的时间跨度较长，中间仍可能有部分未作标示之处，这是要向原作者致歉的。

书稿能够出版，首先要感谢允许这些文章发表的各位编辑，其次要感谢海豚出版社的俞晓群社长。没有晓群先生对后进的提携，此书定然无法出版。

2013年11月于北京



# 目 录

## 代序 (1)

### 上篇

市场亦有道 艺术岂无价

——《创造性破坏》译序 (3)

重述经典 功在社会 (16)

也说黄仁宇 (20)

香港电影一瞥 上 (36)

香港电影一瞥 中 (44)

香港电影一瞥 下 (56)

对《美丽心灵》的评论作点评论 (69)

一个时代的光辉

——邵氏电影的光荣与梦想 (76)

### 下篇

人文主义者的全球史 (85)

批评背后的人文精神 (90)

高阳的理想人格 (94)

离开世俗的哲人 (98)

一位知识分子眼中的美国 ( 103)

思想史的写法 ( 108)

通过斯密阅读严复 ( 112)

网络时代的平面思考 ( 117)

寻求文化自觉之道 ( 121)

宏观历史下的微观故事 ( 125)

翻案与自识 ( 128)

金庸研究的文化政治 ( 131)

悠游于香港

——也斯的香港书写 ( 135)

余墨所及 ( 143)

闲笔不闲 ( 146)

食之思源 ( 149)

与风马牛何干 ( 153)

走向黄金时代的电视剧 ( 157)

每个人都有自己的乌托邦 ( 161)

## 上 篇



# 市场亦有道 艺术岂无价

——《创造性破坏》译序<sup>①</sup>

艺术与经济学，一个是展现人类无穷创意的  
橱窗，一个则是以枯燥分析而闻名的“沉闷乏味”

---

① 本文第一、二部分为旧作，择要介绍了“艺术经济学”的某些研究思路，曾以不同形式发表过。这里要感谢《证券时报》的邬敏编辑和《成言艺术》的王鲁先生。由于当时文中提到的考恩教授的作品已出中译本（《商业文化礼赞》，泰勒·考恩，商务印书馆，2005），这里按中译本的译名、译文对相关段落作了调整，修改了一些不妥的文字，并补写第三部分，简介了考恩教授的这本新作《创造性破坏》。这里也要感谢本书责编储卉娟女士的慷慨允诺。

的科学”。许多人认为两者之间存在着不可逾越的鸿沟，某位小有名气的经济学家还曾在某篇文章中特地指出：“将经济学引入艺术领域并对其进行分析的尝试极为少见”。

其实，讨论艺术与经济学的关系的渊源可以一直往前追溯。至少马歇尔在《经济学原理》中就曾写道，好听的音乐并不是边际定律的一个例外：“尽管美妙的音乐听多了，人们可能会对它产生强烈的偏好”。

1966年巴默尔和博文教授合力撰写的《表演艺术——经济困境》一书，被认为是现代经济学以其横扫一切的帝国主义力量向艺术领域拓展的开山之作，也宣告了艺术经济学（也可称为文化经济学）作为一门学科的诞生。其后展开的相关研究不可胜数，文献累积之多已可称得上汗牛充栋，只不过圈外人鲜加注意而已。

用经济学来分析艺术的途径可以有几种，一是将艺术作为商品，对它进行“供给—需求”层面的研究，侧重于讨论艺术活动中的经济因素，

比如艺术品的价格、利润分析，比如艺术的国际贸易问题；另一种方法则是借用“理性选择”这一犀利的社会科学分析范式，阐述艺术活动背后的“人类行为”。

苏黎世大学的弗雷教授在他的著作中举了一个例子来帮助人们理解“理性选择”与艺术活动的关系。我们知道，日本在经济黄金年代大量购进欧洲印象派和表现派的名画。买卖名画是一种行为，而经济分析的任务，就是找到使日本和欧美的艺术收藏家做出这样迥然不同的行为的隐藏力量。于是，我们就要分析它们之间的收入增长速度、相对价格水平（比如美元和日元的汇率变动）、“使用”艺术品的方式（放在博物馆里供人展览还是存到保险箱中坐等升值），甚至税制等方面的差异所在。当然，我们也可以用贝克尔的人力资本理论来加以研究，比如印象派绘画看上去蛮像日本古典艺术，这是否是彼邦的艺术收藏家对印象派“情有独钟”的症结所在呢？

经济学的视角，因其单刀直入的分析方式，

而显得别具一格。许多人们习以为常的现象，经过“理性选择”的剖析，却变得“不合理”或者说“有趣”起来了。比如，一般来说，博物馆所展出的收藏品，不会超过自己所拥有的总量的四分之一，像西班牙的普拉多博物馆还有台北的故宫博物院，展出的藏品连十分之一都不足。更过分的是，博物馆并不会定期将展品进行轮换，以使那些“深宫怨妇”有出头的机会。自己不展出也就罢了，博物馆也很少租借和拍卖自己的藏品。也就是说，一件作品要是被博物馆收藏但没有展出（多数二流作品就是这样的下场）的话，那么它可能就永远没有供人观瞻的机会了。

面对博物馆如此下作的行为，经济学家大为困惑的同时也不禁会追问，打开艺术博物馆的储藏间，是件既有益于艺术爱好者又有利（润）于博物馆的好事，“看不见的手”为何就是没能发挥作用呢？博物馆的行为为何会不符合“利润最大化”呢？如此剥茧抽丝地分析下去，其实答案是很简单的，对艺术爱好者和博物馆都有利的事，



却可能不利于博物馆的实际经营者，让他（们）承担了风险却没有获得收益的可能。用流行的术语来说，是出现了“激励不相容”。倘若我们希望能欣赏更多的艺术品，解决办法也是很简单的：让激励相容。只有当经营者和博物馆真的坐在一条船上的时候，他们才会勇于去承担有利可图的风险，将尽可能多的作品呈现给读者。在1988—1989年，美国88家私人博物馆卖出了1284件总计价值达3000万美元的收藏品，同时买入142件总计价值达3750万美元的艺术品；在任何时刻，美国大都会艺术博物馆都有5000到1万件藏品处于出借状态。没有人会天真地认为，那是因为美国人更热爱艺术吧。

## 二

然而，经济学视角对艺术最大的冲击在于让人们开始正视艺术活动身后的经济驱动力量，就像艺术社会学使人们发现了社会因素对艺术行为的影响。关于艺术的经济分析则迫使我们重新