

# 艺术经济学

林日葵 著

江工商大学出版社  
Jiang Gongshang University Press

# 艺术经济学

林日葵 著



浙江工商大学出版社

## 图书在版编目(CIP)数据

艺术经济学/林日葵编著. —杭州:浙江工商大学出版社, 2009. 8

ISBN 978-7-81140-083-0

I. 艺… II. 林… III. 艺术经济学 IV. J0-05

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 157873 号

## 艺术经济学

林日葵 著

---

责任编辑 白小平

策划编辑 鲍观明

责任校对 张振华

封面设计 刘 韵

责任出版 汪 俊

出版发行 浙江工商大学出版社

(杭州市教工路 149 号 邮政编码 310012)

(Email: zjgsupress@163.com)

(网址: <http://www.zjgsupress.com>)

电话: 0571-88823703, 88831806(传真)

排 版 杭州大漠照排印刷有限公司

印 刷 杭州长命印刷有限公司

开 本 880mm×1230mm 1/32

印 张 9.25

字 数 255 千字

版 印 次 2009 年 8 月第 1 版 2009 年 8 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-81140-083-0

定 价 22.00 元

---

版权所有 翻印必究 印装差错 负责调换

浙江工商大学出版社营销部邮购电话 0571-88804227

# 序

在经济全球化的历史潮流推动下,经济与文化一体化已成为一种社会发展趋势。特别是在目前世界处于相对平时时期,经济的高速发展、市场的全球化推进、跨国公司的全球性拓展,已成为国际经济发展的主导力量。在这个背景下,研究艺术与经济、艺术与市场、艺术与金融等方面的融合与发展已成为当代人走向未来社会的一项重要任务。因此,我们要深入研究艺术与经济的融合或者说经济与艺术的融合这个全新的艺术经济形态。寻求艺术中的经济,经济中的艺术;艺术外的艺术,经济外的经济。努力构建艺术经济学的逻辑结构和科学的理论体系。

艺术经济学是一门新的科学,是融合艺术与经济发展一般规律的科学。因此,从这个意义上来说,艺术经济学作为一门科学,它的理论基石是经济学和艺术学。所以,我们要把经济学和艺术学及相关科学的理论和方法运用到艺术经济学这门学科和领域,不断地丰富和完善艺术经济学的内容,把艺术经济学建设成为一门开放式的与创新型的科学。

艺术与经济的发展,会随着一个民族的崛起、经济的崛起、文化艺术的崛起,而日益备受世人的关注与重视。因为从一定意义上讲,艺术经济生产力不仅是综合国力的要素之一,而且也是衡量一个国家或地区综合竞争力的一个重要标志。因此,我们要用现代知识



经济的标准来衡量生产力,因为艺术生产力在现代文明中的伟大作用,已经成为当今世界各国的共识。所以,从某种意义上来说,文化艺术是生产力之源。

社会和经济的发展会不断地推动艺术与经济的创新,这是艺术经济发展的一条规律。我们从现当代文化艺术中心的形成和发展来看,经济、技术、金融、贸易等的发展,直接推动了文化艺术中心的形成和发展。现当代世界文化艺术中心的形成和发展是这样的,一个国家的文化艺术中心的形成和发展也是这样的。一个国家或地区人民生活水平的提高大约经过10—20年时间经济的快速发展就可以很快地富裕起来,然而文化艺术修养的素质和鉴赏水平的提高是要靠几代人的积累才能体现出来的。因此,我们要注重艺术生产力的特殊作用,才能有力地促进我国作为世界文化艺术中心的形成。

我在研究艺术经济学中发现这样一种现象:当社会经济发展到一定阶段时,就会出现艺术与经济的相互渗透和相互融合,从而促进艺术与经济的发展。同样,在社会发展到更高阶段时,艺术和经济的融合与创新也成为社会发展的一个趋势。从人类社会的发展史来看,每一次重大的社会革命或社会变革,其结果都会直接或间接地推动艺术和经济的发展,促进艺术与经济的融合与创新,这已成为社会发展的趋势。

2009年6月6日

# 目 录

## 第一章 绪 论

|                        |    |
|------------------------|----|
| 第一节 艺术经济学的研究对象 .....   | 1  |
| 一、艺术经济学的研究对象 .....     | 1  |
| 二、艺术经济学的性质和地位及作用 ..... | 7  |
| 三、研究艺术经济学的意义 .....     | 10 |
| 第二节 艺术经济学是一门新的科学 ..... | 11 |
| 一、艺术经济学的内容和理论体系 .....  | 12 |
| 二、艺术经济学与其他学科的关系 .....  | 13 |
| 三、艺术经济学是一门新的独立科学 ..... | 19 |
| 第三节 艺术经济学的研究方法 .....   | 22 |
| 一、逻辑与历史的方法 .....       | 22 |
| 二、分析与综合的方法 .....       | 24 |
| 三、具体与抽象的方法 .....       | 26 |

## 第二章 艺术经济生产论

|                  |    |
|------------------|----|
| 第一节 艺术生产 .....   | 29 |
| 一、艺术生产的概念 .....  | 29 |
| 二、艺术生产过程 .....   | 37 |
| 三、艺术生产的历史 .....  | 41 |
| 第二节 艺术生产力 .....  | 47 |
| 一、艺术生产力的概念 ..... | 47 |



|                         |    |
|-------------------------|----|
| 二、艺术生产力系统 .....         | 51 |
| 三、艺术生产力的特征 .....        | 55 |
| 第三节 艺术生产关系 .....        | 60 |
| 一、艺术生产关系的概念 .....       | 60 |
| 二、艺术生产关系的特征 .....       | 65 |
| 三、艺术生产力与艺术生产关系的关系 ..... | 69 |

### 第三章 艺术经济资源论

|                        |    |
|------------------------|----|
| 第一节 艺术经济资源的概念 .....    | 72 |
| 一、艺术经济资源的含义 .....      | 72 |
| 二、艺术经济资源的客体内容 .....    | 74 |
| 三、艺术经济资源客体内容的特点 .....  | 77 |
| 第二节 艺术经济资源的主体内容 .....  | 78 |
| 一、艺术经济劳动力资源 .....      | 78 |
| 二、艺术经济实物资源 .....       | 79 |
| 三、艺术经济非实体资源 .....      | 80 |
| 第三节 艺术经济资源的开发与营运 ..... | 82 |
| 一、艺术经济资源的开发 .....      | 82 |
| 二、艺术经济资源的营运 .....      | 84 |
| 三、艺术经济资源的保障 .....      | 85 |

### 第四章 艺术经济产品论

|                   |     |
|-------------------|-----|
| 第一节 艺术产品的概念 ..... | 86  |
| 一、艺术产品的含义 .....   | 86  |
| 二、艺术产品的形成 .....   | 88  |
| 三、艺术产品的价值 .....   | 92  |
| 第二节 艺术产品的特点 ..... | 98  |
| 一、艺术产品的特殊性 .....  | 98  |
| 二、艺术产品的民族性 .....  | 100 |



|                     |     |
|---------------------|-----|
| 三、艺术产品的时代性 .....    | 100 |
| 第三节 艺术产品的经营 .....   | 101 |
| 一、艺术品经营的概念 .....    | 101 |
| 二、艺术品经营的方式与策略 ..... | 107 |
| 三、艺术品经营的趋势 .....    | 115 |

## 第五章 艺术经济市场论

|                      |     |
|----------------------|-----|
| 第一节 艺术市场的概念 .....    | 122 |
| 一、艺术市场的含义 .....      | 123 |
| 二、艺术市场的功能和作用 .....   | 126 |
| 三、艺术市场的结构和要素 .....   | 130 |
| 第二节 艺术市场体系和管理 .....  | 133 |
| 一、完善艺术市场体系 .....     | 134 |
| 二、加强艺术市场管理 .....     | 135 |
| 三、加强艺术市场监督 .....     | 137 |
| 第三节 中国艺术市场的发展 .....  | 138 |
| 一、中国艺术市场的发展与开拓 ..... | 139 |
| 二、中国艺术市场的改革与立法 ..... | 141 |
| 三、中国艺术市场的发展趋势 .....  | 143 |

## 第六章 艺术经济流通论

|                        |     |
|------------------------|-----|
| 第一节 艺术流通的概念 .....      | 145 |
| 一、艺术流通的含义 .....        | 145 |
| 二、艺术流通中艺术商品的供求关系 ..... | 146 |
| 三、艺术商品流通的规律 .....      | 151 |
| 第二节 艺术商品流通的方式 .....    | 153 |
| 一、艺术商品流通的收藏方式 .....    | 153 |
| 二、艺术商品流通的投资方式 .....    | 156 |
| 三、艺术商品流通的拍卖方式 .....    | 160 |



|                        |     |
|------------------------|-----|
| 四、国家优先购买权的方式 .....     | 163 |
| 第三节 艺术商品流通的价格 .....    | 164 |
| 一、艺术流通中艺术商品价格的形成 ..... | 164 |
| 二、艺术流通中艺术商品价格的特点 ..... | 166 |
| 三、艺术流通中艺术商品的价格体系 ..... | 167 |

## 第七章 艺术经济消费论

|                     |     |
|---------------------|-----|
| 第一节 艺术消费的概念 .....   | 174 |
| 一、艺术消费的含义 .....     | 174 |
| 二、艺术消费的形成 .....     | 177 |
| 三、艺术消费的过程 .....     | 178 |
| 第二节 艺术消费的主体 .....   | 180 |
| 一、艺术消费主体的含义 .....   | 180 |
| 二、艺术消费主体的创造 .....   | 183 |
| 三、艺术消费趣味的差异 .....   | 183 |
| 第三节 艺术消费心理的表现 ..... | 186 |
| 一、艺术消费的从众心理 .....   | 187 |
| 二、艺术消费的逆反心理 .....   | 188 |
| 三、艺术消费的求异心理 .....   | 189 |

## 第八章 艺术经济财富论

|                     |     |
|---------------------|-----|
| 第一节 艺术财富的概念 .....   | 191 |
| 一、艺术财富的含义 .....     | 191 |
| 二、艺术财富的实现 .....     | 194 |
| 三、艺术财富的转化 .....     | 196 |
| 第二节 艺术财富排行榜解读 ..... | 199 |
| 一、艺术财富排行榜的产生 .....  | 199 |
| 二、艺术财富排行榜的特点 .....  | 203 |
| 三、艺术财富排行榜的意义 .....  | 205 |

|                    |     |
|--------------------|-----|
| 第三节 艺术财富的影响力 ..... | 207 |
| 一、艺术财富的广告影响力 ..... | 207 |
| 二、艺术财富的信用影响力 ..... | 208 |
| 三、艺术财富的社会影响力 ..... | 209 |

## 第九章 艺术经济发展论

|                      |     |
|----------------------|-----|
| 第一节 艺术经济发展的概念 .....  | 211 |
| 一、经济是艺术发展的基础 .....   | 211 |
| 二、经济对艺术发展的作用 .....   | 213 |
| 三、艺术对经济发展的影响 .....   | 215 |
| 第二节 艺术发展的经济背景 .....  | 216 |
| 一、经济促进艺术产业的发展 .....  | 216 |
| 二、经济发展使画价“创新高” ..... | 218 |
| 三、经济繁荣带动艺术繁荣 .....   | 221 |
| 第三节 经济周期与艺术发展 .....  | 222 |
| 一、经济周期艺术发展的概念 .....  | 222 |
| 二、经济周期艺术发展的特点 .....  | 224 |
| 三、经济周期与艺术发展的关系 ..... | 229 |

## 第十章 艺术经济学创新论

|                      |     |
|----------------------|-----|
| 第一节 艺术经济学创新的概念 ..... | 232 |
| 一、艺术经济学创新的含义 .....   | 232 |
| 二、艺术经济学创新的表现 .....   | 232 |
| 三、艺术经济学创新的作用 .....   | 233 |
| 第二节 艺术经济学创新的特征 ..... | 234 |
| 一、艺术经济观念上的创新 .....   | 234 |
| 二、艺术经济学学科上的创新 .....  | 234 |
| 三、艺术经济信息技术上的创新 ..... | 235 |
| 第三节 艺术经济学怎样创新 .....  | 235 |



|                    |     |
|--------------------|-----|
| 一、艺术经济学概念的创新 ..... | 235 |
| 二、艺术经济学内容的创新 ..... | 236 |
| 三、艺术经济学体系的创新 ..... | 249 |

## 第十一章 艺术经济学政策法规论

|                               |     |
|-------------------------------|-----|
| 第一节 艺术经济政策法规概述 .....          | 253 |
| 一、我国文物艺术经济政策法规的发展 .....       | 253 |
| 二、我国美术艺术经济政策法规的发展 .....       | 255 |
| 三、我国其他艺术经济政策法规的发展 .....       | 257 |
| 第二节 艺术经济政策法规体系和内容 .....       | 258 |
| 一、艺术经济政策法规的理论体系构建 .....       | 258 |
| 二、我国文物艺术经济政策法规的主要内容 .....     | 260 |
| 三、我国美术艺术经济政策法规的主要内容 .....     | 266 |
| 第三节 中外文化艺术创意产业政策法规比较 .....    | 267 |
| 一、国际公约和国际法中文化艺术创意产业政策法规 ..... | 267 |
| 二、西方有关国家文化艺术创意产业政策法规 .....    | 270 |
| 三、韩国和日本文化艺术创意产业政策法规 .....     | 272 |
| 四、中外文化艺术创意产业政策法规比较 .....      | 274 |
| 主要参考文献 .....                  | 281 |
| 后 记 .....                     | 283 |

# 第一章 绪 论

我们把艺术和经济融合起来,建立一门新的学科——艺术经济学,这是学科发展的需要,也是市场经济发展的必然产物。因此,艺术经济学作为一门新的学科,它应该有自己的研究对象,有自己的研究内容和理论体系,也应该有自己的研究方法。

## 第一节 艺术经济学的研究对象

### 一、艺术经济学的研究对象

艺术是通过塑造形象来反映社会生活、表现作者思想感情的一种社会意识;艺术学是研究艺术的学科,或者说,艺术学就是研究艺术现象的学科;艺术经济学是研究艺术生产和消费活动整个过程的规律的科学,或者说,艺术经济学是融合艺术和经济发展一般规律的一门科学。

从艺术经济学的定义来看,它反映了艺术经济学研究对象的内涵和外延,也反映了艺术经济学独特的研究对象。

#### (一) 艺术

当我们提起艺术,人人都会说出它是什么,也会列举出一长串自己所喜爱的艺术品和艺术家的名单,甚至写出一大批的艺术机构。为什么?因为人们从孩提时代开始,就陆陆续续地从家庭、学校接受各种各样的艺术教育和熏陶。比如,我们阅读小说、诗歌,聆听音乐,



观看电影、画展及各种文艺表演；当我们漫步于街头、公园时，各式各样的建筑物、亭台楼榭、雕塑便会涌入眼帘；甚至在自己的居室中，也会挂着一两幅书法或绘画作品，书桌上也摆放着一两件小型的工艺品，这一切自然地融入到人们的日常生活，并构成日常生活所不可缺少的一个部分。而上述的一切，都是被称为艺术的东西。因此，可以这样说，艺术是我们最熟悉的对象之一。

我们知道，人们通常对艺术的认识，主要来自于所接受的艺术观念。尽管在美学史上有着各式各样不尽相同的关于艺术的定义及相应的理论，但在它们之间仍然有某些基本的共识，这便是传统美学理论提供给我们的关于艺术的最基本的理解，也是人们所普遍持有的最基本的艺术观念。例如，艺术是表现情感的，艺术是对我们的生活世界的某种形象化的再现，艺术是美的，等等。

## （二）艺术学

艺术现象作为艺术学研究对象，就是艺术事实，亦即人们经验的艺术事实。艺术现象或艺术事实，在现实生活中广泛存在着，唱歌、作画、跳舞、吟咏、谱曲、书写，固然是艺术；就是剪贴刺绣、对联谜语、盆景木雕、体育游戏，无不是艺术；文物收藏、珍品收集以及包含构形情趣活动都可称为艺术；至于现代西方出现的艺术生活化、生活艺术化文化思潮而导致的活动，或由情趣引发的活动，都可视为艺术；诸如环境布置、物品陈列、人体动作、言谈举止、姿态仪表、扭曲变形，都是艺术。换一句话来说，艺术与生活同在，历史的留存，现实的涌现，真是千千万万，散见各处，数不胜数。由于其包含样多、量大，所以艺术现象复杂而丰富；又由于有共同性，都具备可称之为艺术的特性，因此艺术现象又是系统而整合的。所以作为艺术学的艺术现象，首先就在于它是一种行为，一种活动。艺术活动又总是一种对象性活动，总与艺术对象相关联，而艺术对象就是艺术产品。所以艺术现象又必然包括可以作为艺术对象的艺术产品。艺术产品作为物态化或物化的存在物，是一种相对静态的存在物。有的已存在万年以上，如旧石器时代法国西南部和西班牙西北部多乐多涅拉斯科洞穴岩画《公鹿饰带》；有的正在生活中涌现，这是一个难以估计的艺术群体系

统存在,从建筑、雕像,到装饰、纹样。毫无疑问,这是艺术历史演变而成的,稳定的系列存在,是看得见、摸得着的事实。

由此可见,艺术学就是研究艺术的学科,艺术作为经验事实,是可以感觉和体验到的一种现象,它内容丰富,是一个由多种因素、关系、运动、形式、环节、规律、本质构成的整体,从这个意义上说,艺术学就是研究艺术现象的学科。这犹如说物理学就是研究物理现象的学科、心理学就是研究心理现象的学科、文化学就是研究文化现象的学科,这都是名正言顺,顺理成章的。艺术学的历史和现状表明,由于艺术与审美总是联系在一起的,美学研究艺术,艺术也研究审美,这样往往造成美学与艺术学混而不分,给研究带来诸多疑难问题。现在把艺术学规定为研究艺术现象的学科,就是给予艺术学以独立的学科地位,而不再附属于美学。

当然,我们从现代美学和现代艺术学的观点来看,没有非审美的艺术,因而艺术现象必然与审美现象交织,这是很自然的。但是艺术现象还与非审美的艺术现象交融,这同样也是自然的。所以艺术学研究艺术现象只是表明不再把审美现象作为主要的或基本的方面,这不表明不再研究审美现象,更确切地说,艺术学是把审美现象作为艺术现象一个层面来研究;审美融合或附丽艺术,艺术不是把审美作为唯一的要素。除了审美外,艺术还融合了更基本的非审美层面或要素。

### (三) 艺术经济学

艺术经济学从广义上来看,它应包括以下三个层面的内容,即艺术品(艺术品经济学)、艺术经济学、艺术文化学。下面我们作一个简要的分析。

第一,关于艺术品的问题。

“艺术”与“艺术品”两个概念虽有联系但并不等同。在欧洲艺术理论史上,关于什么是艺术的讨论颇多,但关于什么是艺术品的讨论十分有限,因为在传统艺术时代,艺术品的确定性并非难题。从古希腊到19世纪,欧洲艺术在物性的呈现方式上,已形成一些基本范型,几乎不可能引起争论,比如悲剧、绘画、雕塑、诗等等都作为艺术品,



其定位得到了人们的共识。

第二,关于艺术经济学的问题。

国外在 20 世纪 60—70 年代就有个别学者提出艺术经济学的概念。他们用经济学的有关原理与分析方法来研究艺术活动及其相关过程。但从来没有人系统地研究艺术经济学的问题,更谈不上研究艺术经济学的规律问题。我国学者最早提出要建立艺术经济学是在 20 世纪 80 年代初,但当时也没有人从一门学科的角度来研究艺术经济学。随着我国改革的和开放的进一步发展,我国艺术发展出现了一系列新问题。例如,在社会主义市场经济条件下艺术生产如何受“生产的普遍规律支配”的问题;艺术市场如何作为市场经济体系的一个重要组成部分而发展的问题;文化产业如何作为第三产业中的一个重要产业部门而发展的问题,这客观上就要求要有一个专门的“艺术经济学”学科来系统地研究。所以,在这种背景下,迫切要求我们去探索和研究创立一门具有中国特色的艺术经济学学科。

过去我们惯用的理论和习惯的做法是将人类的经济活动与艺术活动截然分离。因为艺术活动是以满足人类的审美需要为目的的;而经济活动则是以满足人类的实际需要为出发点。也就是说,艺术所从事的是满足人类精神需要的“精神生产”活动;而经济活动则是为了满足人类物质需要进行的“物质生产”活动。然而在现实社会生活中,人们又似乎有意无意地触及了艺术与经济关联的更为复杂的情况。一是经济与艺术的关系不是直接的,而是间接的,其间的中介环节还不止一个。如经济活动通常要通过一种社会精神、时代感情乃至政治、法律、伦理、宗教、哲学作用于艺术,而不是经济结构、物质生产活动本身。同样,艺术对经济的反作用也是间接的,它不可能直接转化成生产力或生产关系,而是通过一种“时代精神”潜移默化地影响了经济基础。二是艺术生产与经济生产的“不平衡关系”问题。具体来说,艺术作为人类一种特殊意识形态,与社会经济发展水平、物质生产发展水平不一定是同步的。即物质生产水平高、经济繁荣,不一定能带来艺术的繁荣和高水平。马克思就曾以繁荣的古希腊艺术为例,说明艺术与社会经济发展并非是成正比的。古希腊开创了



文化史上第一个艺术繁盛期,并构成整个欧洲文化的一个“高不可及的范本”,但随后的物质生产的发展进步,却未能使古希腊艺术获得进一步繁盛。这样的例子在人类历史发展过程中并不鲜见,比如,中国魏晋南北朝时期社会动荡,经济衰败,灾荒连年,战争不断,是中国政治上最黑暗、混乱的时代,但它是一个最富有艺术精神的时代。又如 18 世纪末 19 世纪的德国,物质生产是落后的,却产生了歌德、席勒等一批杰出的艺术家、思想家;19 世纪的俄罗斯是其文学艺术发展的空前高峰期,但此时俄罗斯的经济却相当落后,甚至还残存有农奴制。这些描述经济与艺术发展不平衡的经典例证是值得深思的。虽然这个十分著名的观点,总成为主张“艺术独立性”的鼓吹者们的重要理论依据,但也同样受到标榜马克思主义立场的人士的进一步抢白,认为这种“不平衡关系”只能佐证艺术与经济关系的间接性,却不能成为否定经济基础、人类物质生产活动对艺术活动根本制约和决定作用的理由。

通过分析,我们认识到艺术从人类“一般”生产劳动活动中分化出来的时候,的确曾一度更多、更集中地展现出人类超越物化层面的更高理想和自由的境界。因此,它渐渐与为满足人类基本物质需要、实用目的的经济活动拉开了距离,这也是一定历史时期从人类“体脑分工、分化”的表现。但是,当人类活动和生产劳动过程出现了进一步“体脑分离”乃至对立的情形后,艺术与经济分离乃至对立,便构成了人类整体性的危机。艺术与经济在一定历史时期出现的“不平衡关系”,恰恰是人类活动整体性被分割之后的不和谐、不平衡状况。而艺术自身发展过程的潮起潮落与高峰低谷,也说明它从根本上与人类生产活动过程中的坎坷历程(尤其在劳动分工与社会分工的时代里)密切相关。可见,艺术与经济的分离是有阶段性和历史的局限性的,它并不能成为割裂艺术与经济活动必然联系的理由。

当我们将艺术活动过程与物质生产过程联系起来比较时,就可以进一步认识经济与艺术的关系。一般地讲,艺术活动过程可划分为三个环节,依次为创作、作品、欣赏,而以物质生产为典型类型的人类一般生产活动也具有相应的三个环节:生产、产品、消费。当然,



艺术的欣赏活动不同于一般消费活动,产品(在商业社会中又称为商品)在消费中消失,而艺术则在欣赏(一种特殊的“消费”)中增值,这并非意在提供给艺术乃至一切意识形态的恃傲居高的口实,而是要说明这种微妙的差异是我们发现艺术活动与经济活动如何关联的一个切入点。马克思已深刻地指出“这里要强调的主要之点是:无论我们把生产和消费看作一个主体的活动或者许多个人的活动,它们总是表现为一个过程的两个要素。这个过程中,生产是实际的起点,因为它是起支配作用的要素。消费,作为必需,作为需要,本身就是生产活动的一个内在要素。”<sup>①</sup>这样,“消费”其实也便具有了“生产”的深刻性,或者说具有了人的活动的深刻性。这其实也是艺术欣赏活动中的突出特征。或者说,对“产品”乃至“商品”的“一般消费”,其实仅具备了消费的片面意义,甚至在艺术欣赏的反衬中暴露出其危险,沦为或堕落为动物式生存满足的危险。对人类生产活动的深刻把握中,从活动过程及过程中的环节、要素角度、将艺术活动与经济活动的内在一致性通过表面差异性获得认知。如同消费应以生产活动的高度来看是生产的一部分,欣赏也成为艺术生产整体的有机组成部分,进而“欣赏”和“消费”其实体现的是人类独特生产劳动活动的一种永恒需要,正如同生产劳动是人类的一种永恒需要一样。可见,在人类一定社会阶段里,经济与艺术的差别是显见的,也是现实的,但更深层的现实却是二者的一致性,我们要做的是在二者的分离和差别中寻求一种有机的统一。

### 第三,关于艺术文化学的问题。

艺术文化学,换一句话来说,它是作为研究文化现象的艺术。虽然中外思想史上早已使用“文化”这一概念,但是直到19世纪中叶以后,“文化”概念才成为人类学家和社会学家们热心讨论的课题。而现代文化学是到了20世纪50年代才开始出现的。对文化的普遍属性和文化系统的一般规律进行的研究,标志着文化学作为一门独立学科的正式形成。近几年来,文化学在世界各国发展迅速,影响也越

<sup>①</sup>《马克思恩格斯全集》第46卷,上册,人民出版社1972年版,第31页。