

ARTISTIC ECONOMIC THEORY

艺术经济原理

ARTISTIC ECONOMIC THEORY

顾兆贵 著



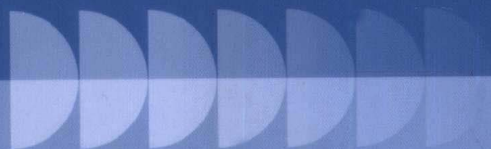
人民出版社



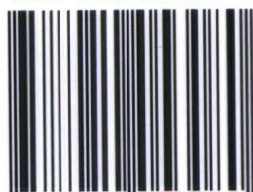
ARTISTIC

ECONOMIC THEORY

艺术经济原理



ISBN 7-01-005308-1



9 787010 053080 >

ISBN 7-01-005308-1

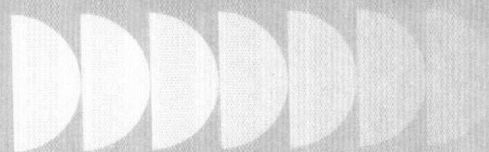
定价：38.50元

ARTISTIC ECONOMIC THEORY

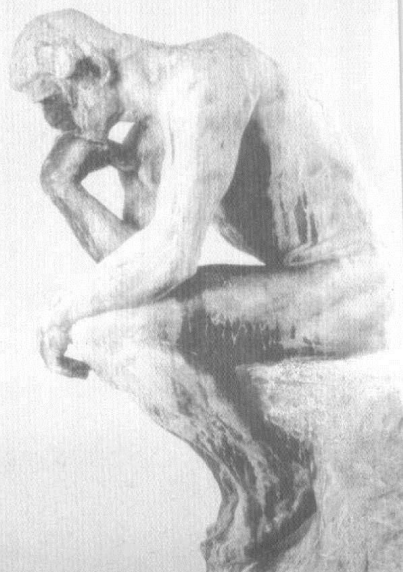
艺术经济原理

ARTISTIC ECONOMIC THEORY

顾兆贵 著



人民出版社



责任编辑:吴学金

封面设计:肖 辉

图书在版编目(CIP)数据

艺术经济原理/顾兆贵著;

-北京:人民出版社,2005.12

ISBN 7-01-005308-1

I. 艺… II. 顾… III. 艺术经济:经济理论-原理-中国

IV. F206

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 150134 号

艺术经济原理

YISHU JINGJI YUANLI

顾兆贵 著

人民出版社 出版发行

(100706 北京朝阳门内大街 166 号)

北京市双桥印刷厂印刷 新华书店经销

2005 年 12 月第 1 版 2005 年 12 月北京第 1 次印刷

开本:880 毫米×1230 毫米 1/32 印张:19.75

字数:483 千字 印数:1-3,000 册

ISBN 7-01-005308-1 定价:38.50 元

邮购地址 100706 北京朝阳门内大街 166 号

人民东方图书销售中心 电话 (010)65250042 65289539

作者简介

顾兆贵 山东博兴人，现为中央社会主义学院马列主义理论教研部经济与管理教研室主任。1976年毕业于齐齐哈尔师范学院政治系，1996年北京师范大学教育系教育管理专业以同等学力申请硕士学位教师进修班结业，教育学硕士，长期从事政治经济学、艺术经济学、非公有制经济和经济全球化问题的理论研究和教学工作。发表的学术论文和著作主要有：《对非公有制经济的战略地位和作用的再认识》(2001)、《创造竞争优势——21世纪中国中小企业的发展与创新》(2002)、《促进中小企业发展是中国加入WTO以后经济发展的战略需要》(2003)、《艺术商品流通规律》(2004)、《舞蹈艺术的意蕴和意境》(2004)、《舞蹈艺术的审美特征与欣赏》(2004)、《论艺术消费过程》(2004)、《艺术经济学导论》(2004)、《论艺术劳动主体和艺术劳动力》(2005)。

全国艺术科学“十五”规划项目
中华文化学院理论文库项目

《艺术经济原理》简介

艺术生产虽然属于精神生产活动，但它与物质生产一样也必须以一定的人力、物力、财力消耗为前提，没有一定的物质基础、物质条件，任何精神生产，包括艺术生产都是不可能的。有了艺术投入，才会有艺术产出。从经济学角度看，艺术生产不单纯是意识形态的精神生产活动，还是以艺术本体为内容、为灵魂，以一定物质媒介为形式、为载体的艺术经济活动。艺术本体的精神属性和媒介载体的物质属性，决定了艺术创作生产活动既是精神生产活动，同时也是物质的艺术经济活动。

从经济学的角度看，《艺术经济原理》对艺术生产——这一精神生产领域的研究，打破了单纯把艺术与经济的关系看作是外在关系的局限，首次把艺术生产作为特殊的艺术经济活动加以研究，开创了马克思主义经济理论在艺术领域应用研究的新视野，具有拓宽经济学的研究视域，填补经济科学研究空白之地的意义。从艺术学的角度看，它为艺术理论研究提供了新的切入点、新的视角，通过艺术生产力与艺术生产关系对立统一运动规律的分析，对艺术生产的精神——物质实践活动有更加宏观、全面和系统的观照。既是对传统的创作——作品——欣赏的文学、艺术理论的发展，提供了全新的艺术生产整体观，又进一步揭示了艺术生产的时代、文化和经济背景，使作为精神生产的艺术生产牢牢地矗立在经济基础之上。从理论与实践的关系看，艺术经济研究是社会主义市场经济条件下艺术市场配置艺术资源的基础作用日益增

强的客观需要,是适应加入 WTO 以来发展文化产业,增强我国文化产业的整体实力和国际竞争力的现实需要,是 21 世纪建设中国特色社会主义文化和增强和谐社会活力的迫切需要,是满足人民群众多方面、多层次、不断发展的精神审美需求,提高艺术消费水平,改善生存质量,促进人的全面发展的需要。

《艺术经济原理》以马克思主义文学、艺术学、美学、心理学、哲学、经济学和艺术生产理论为依据,根据马克思的艺术生产也要受“生产的普遍规律的支配”的原理,从生产力和生产关系两个维度,运用从抽象上升到具体、历史与逻辑相统一、实证研究与进行价值分析、优化分析和适当的质疑分析相结合的方法,以包括文学在内的“艺术产品”作为研究的逻辑起点,对艺术生产,包括艺术生产目的、艺术资源、艺术生产力、艺术生产关系,特别是对艺术产品的创作生产、流通和消费进行系统分析和研究,从而逻辑地再现艺术生产的历史过程,动态地揭示社会主义市场经济条件下艺术生产力与艺术生产关系对立统一运动的发展机理、作用方式、运动规律和特点,从经济学的角度对艺术生产的全过程进行全面分析和有说服力的阐释,揭示了艺术生产的精神—物质实践活动创造精神财富和“用艺术的方式掌握世界”的本质。

序 言

艺术产品的创造和消费，越来越成为现代人的重要生活内容。作为第三产业重要组成部分的互联网信息和娱乐服务业、卫星传输媒体业、音像制品业、影视业、电子游戏业、艺术品业等文化艺术产业已经发展到相当大的规模，在一些发达国家，文化产业已成为增长最快的产业。如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。与发达国家相比，中国文化产业的发展在资金实力、科技水平、创新能力、市场运作和市场竞争能力等方面都存在着相当大的差距。因此，如何有效开发和充分利用中国丰厚的文化艺术资源，发展文化艺术产业，面向群众，面向市场，满足社会多层次、多方面的日益增长的文化艺术消费需要，迫切要求进行文化经济，特别是艺术经济的理论研究。

由于经济理论和艺术理论都有各自严密的概念、范畴的逻辑体系，要站在两个体系的基础上，探寻它们之间的内在联系，完成特定概念的逻辑转换，揭示艺术生产的特殊规律，必须进行艰巨的理论创新，《艺术经济原理》就是社会期盼的这种理论创新的成果，我认为具有重要的学术价值和现实意义。从经济学的角度看，具有拓宽经济学的研究视野，填补经济科学研究空白之地的意义。从艺术学的角度看，它为艺术理论研究提供了新的切入点、新的视角，展现艺术创作生产的经济背景，通过艺术生产力与艺术生产关系对立统一运动规律的分析，对艺术生产的精神—

物质实践活动有更加宏观、全面和系统的观照。从理论与实践的关系来看,艺术经济研究是社会主义市场经济条件下艺术市场配置艺术资源的基础作用日益增强的客观需要,是适应我国加入WTO以来发展文化产业,增强文化产业的整体实力和竞争力的现实需要,是21世纪建设中国特色社会主义文化和增强和谐社会活力的迫切需要,是满足人民群众不断增长的精神审美需求,提高艺术消费水平,改善生存质量,促进人的全面发展的需要。

《艺术经济原理》以马克思主义文学、艺术学、美学、心理学、哲学、经济学和艺术生产理论为依据,从生产力和生产关系两个维度,运用从抽象上升到具体、历史与逻辑相统一、实证研究与进行价值分析、优化分析和适当的质疑分析相结合的方法,以包括文学在内的“艺术产品”作为研究的逻辑起点,对艺术生产,包括艺术生产目的、艺术资源、艺术生产力、艺术生产关系,特别是对艺术产品的创作生产、流通和消费进行系统分析和研究,从而逻辑地再现艺术生产的历史过程,动态地揭示社会主义市场经济条件下艺术生产力与艺术生产关系对立统一运动的发展机理、作用方式、运动规律和特点,从经济学的角度对艺术生产的全过程进行全面分析和有说服力的阐释,揭示了艺术生产的精神—物质实践活动的本质。

《艺术经济原理》依据马克思的艺术生产也要受“生产的普遍规律的支配”的原理,从经济学的角度,按艺术生产、分配、交换和消费四个环节的艺术产品的“生命历程”,对艺术生产过程进行富有特色地开创性地系统研究,这种研究既是对传统的创作—作品—欣赏的文学、艺术理论的发展,提供了全新的艺术生产整体观,进一步揭示了艺术生产的时代、文化和经济背景,使作为精神生产的艺术生产牢牢地矗立在经济基础之上。同时,打破了单纯把艺术与经济的关系看作是外在关系的局限,首次把艺术生产作为特殊的艺术经济活动加以研究,开创了马克思主义经

济理论在艺术领域应用研究的新视野。

《艺术经济原理》深入分析了艺术具体劳动、艺术商品使用价值与艺术产品的社会效益之间，艺术抽象劳动、艺术商品价值与艺术产品的经济效益之间的相互关系，从理论上廓清了两个效益之间的对立统一关系。系统阐明了艺术商品价值量的确定问题，强调艺术创作是不能集中、批量、标准化生产的。因而，原创艺术商品价值的创造只能是不同门类的艺术劳动者一个一个地独立创造。它是个体化的、独立的创造物，它的价值量没有、也不能用“社会必要劳动时间”来衡量。但原创艺术商品的价值量也不等于创作它的单纯的“台上1分钟”的“个别劳动时间”，而是由以长期训练的探索性劳动量、反复练习、排练的实验性劳动量等“台下10年功”的累积劳动量为依据，以承认艺术创作经验、艺术传达和表现的技能、技巧、个人禀赋的差异和社会影响，以及产品的稀缺程度为基础的市场认同的个别必要劳动时间决定的。这些分析和观点是以事实为依据的，是严谨的，对推动我国艺术生产的产业化发展，推动艺术创作生产，调控艺术市场，活跃艺术流通和引导艺术消费均有重要的实际应用价值。

我认为《艺术经济原理》是进行艺术理论与经济理论跨学科研究的重要成果，研究虽仍有待继续深化，但已经确立了良好的基础、科学的框架和正确的研究方向，我期待着艺术经济理论的成熟和发展。

李景源

2005年10月8日

于中国社会科学院哲学研究所

目 录

第一章 艺术经济原理的研究对象	1
第一节 艺术经济原理的学科性质和理论基础	2
一、艺术生产既是精神生产活动，又是特殊的经济活动	2
二、艺术经济原理的学科性质、地位和作用	4
三、艺术经济原理的理论基础	6
第二节 艺术经济原理的研究对象	10
一、艺术生产力	11
二、艺术生产关系	15
三、艺术生产力与艺术生产关系的对立统一	21
第三节 艺术经济原理的研究内容、体系结构和概念范畴	22
一、艺术经济原理的研究内容	22
二、艺术经济学科的体系结构	23
三、艺术经济原理的概念范畴	26
第四节 艺术经济原理的研究方法	27
一、艺术经济研究的基本方法原则	27
二、艺术经济研究的一般方法	28
三、艺术经济研究的具体方法	29
第二章 艺术生产目的	31
第一节 艺术生产目的的涵义	31
一、艺术生产目的的内涵	31

二、艺术生产目的是主观与客观、观念与现实的对立统一·····	35
第二节 艺术生产目的的内容·····	37
一、宏观艺术生产目的·····	37
二、艺术经济实体的微观生产目的·····	42
三、艺术劳动者的劳动目的·····	46
第三节 艺术生产目的是推动艺术生产发展的动力·····	52
一、艺术劳动者对艺术消费需要的自觉意识使艺术生产目的具有动力作用·····	52
二、艺术生产目的推动创造和运用实现目的的艺术生产手段·····	52
三、艺术生产目的与手段的对立统一运动推动艺术生产的发展·····	54
第四节 发挥经济利益的动力作用,全面实现艺术生产目的·····	57
一、社会主义市场经济要求在艺术生产中发挥经济利益的动力作用·····	57
二、社会主义艺术生产的利益协调关系·····	59
三、艺术领域经济利益动力作用的表现·····	61
第三章 艺术资源·····	63
第一节 艺术劳动者是艺术生产的“第一资源”·····	63
一、艺术劳动者是艺术生产主体·····	63
二、艺术劳动力的实现形式·····	71
第二节 实物艺术资源是艺术生产的物质条件·····	82
一、艺术劳动资料是艺术传达的物质媒介·····	82
二、艺术劳动对象是审美艺象的物质载体·····	85
三、艺术生产资料是艺术生产的物质保证·····	86
第三节 非实体的艺术资源在艺术生产中的作用·····	88

一、艺术信息、艺术教育、艺术科技等附着性、渗透性要素在艺术生产中的作用	89
二、艺术生产的组织和管理等运行性要素的作用	94
第四章 艺术经济关系	99
第一节 文化体制改革推动艺术经济关系的完善与创新	99
一、建立党委领导、政府管理、行业自律、企事业单位依法经营的文化管理体制	100
二、推动国有文化事业实体和文化经济实体的改革	101
三、加快所有制结构和产权制度改革	102
四、培育发展一批有实力的文化产业集团	103
五、用现代高科技提升文化产业竞争力	104
六、扶持发展具有示范性、导向性的重点文化项目	105
七、加快建设全国统一的文化市场	105
八、创新文化人才工作机制，培养、吸引和用好各类文化艺术人才	106
九、实行按劳分配为主体、多种分配方式并存的分配制度	107
第二节 艺术经济关系是艺术生产的经济前提	108
一、艺术生产资料体现的经济关系	108
二、艺术劳动力体现的经济关系	115
三、艺术领域的经济关系	123
第三节 艺术经济运行的微观基础和资金运动	125
一、艺术企业的性质和组织形式	125
二、国有艺术经济实体的现代企业制度建设	128
三、艺术经济实体的经营机制	131
四、艺术经济实体的资金运动形态与循环	135

第五章 艺术劳动	138
第一节 艺术劳动在艺术生产中的地位和作用	138
一、艺术劳动的涵义	138
二、艺术劳动在艺术生产中的地位和作用	140
第二节 艺术劳动的性质	151
一、艺术劳动的精神生产性	151
二、艺术劳动的创造性	157
三、艺术劳动的复杂性	162
四、艺术劳动的个体性,或以个体性为基础的联合性	168
五、艺术劳动的自主性	172
第三节 艺术劳动的形态	174
一、艺术劳动的潜在形态	174
二、艺术劳动的流动形态	175
三、艺术劳动的凝结形态	175
四、艺术劳动三种形态间的关系	176
第四节 艺术劳动生产率	177
一、艺术劳动生产率的内涵	177
二、艺术劳动生产率的特点	179
第六章 艺术创作和生产	181
第一节 艺术具体劳动创造艺术产品的 使用价值—艺术价值	181
一、艺术劳动过程	181
二、艺术产品的使用价值—艺术价值	196
三、艺术具体劳动创造千姿百态的艺术使用价值	208
四、艺术使用价值的创造遵循艺术规律	232
第二节 艺术抽象劳动创造艺术商品的价值	233

一、艺术劳动的两重性	233
二、艺术商品价值形成的特殊性	235
第三节 艺术生产过程的实质	239
一、艺术创作生产过程是用艺术的方式掌握世界的过程	239
二、艺术创作生产过程是精神财富的创造过程	240
三、艺术创作生产过程是艺术劳动过程与价值形成过程的 有机统一	241
第七章 艺术产品	243
第一节 艺术产品的自然形式—使用价值形式	243
一、艺术产品的实物形式	243
二、艺术产品的劳务形式	245
三、艺术劳务向实物转化的形式	247
四、与实用技术结合在一起的形式	250
第二节 艺术产品的社会形式—商品形式	252
第三节 艺术产品的特点	258
一、艺术本体的特殊性	259
二、艺术表现形式的特殊性	276
三、艺术产品的统一性	282
四、艺术产品的整体性	286
五、艺术产品的普及性和社会共享性	287
第四节 艺术产品的风格	289
一、风格是创作个性成熟的标志	289
二、风格特征的个性化源于创作主体特殊的审美心理 结构	289
三、风格是创作实践和审美追求的结晶	289
四、风格形态的多样性	290
五、风格体现在审美艺象内容和形式的各种要素中	290

六、多样化的风格创造才能满足多层次、多方面的 审美消费需要	291
第八章 艺术流通	293
第一节 艺术流通的涵义和地位	293
一、艺术流通的涵义	293
二、艺术流通的地位	294
第二节 艺术供求	296
一、艺术供给	296
二、艺术需求	298
三、2004 年我国文化艺术供求的基本状况	301
四、艺术供求矛盾及其调节	303
第三节 艺术商品价格	313
一、艺术商品价格的特殊性	313
二、艺术劳务价格的特殊性	315
三、艺术商品价格体系	317
四、艺术商品价格制度的改革	324
第四节 艺术流通规律	327
一、艺术流通与社会文化环境相协调规律	327
二、艺术商品流通的让渡规律	329
三、艺术商品流通的竞争规律	331
四、艺术流通商品的层次规律	334
五、艺术供求规律	337
六、艺术商品流通的流向规律	339
七、艺术流通力发展规律	341
第五节 艺术流通实现艺术商品价值	343