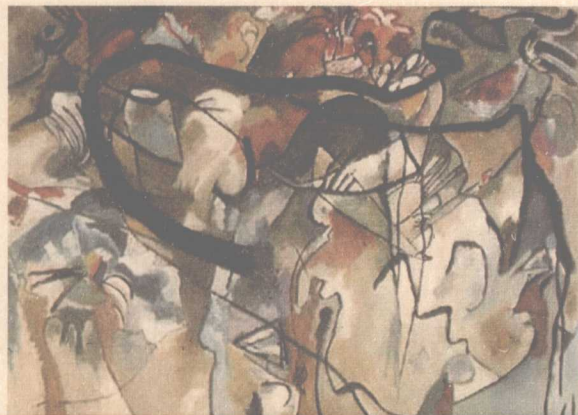


当代博士生导师
思辨集
粹书系 (第7辑)

田川流 著

艺术与创意

山东友谊出版社



艺术与创新

田川流
著

山东友谊出版社



图书在版编目 (CIP) 数据

艺术与创意 / 田川流著. — 济南: 山东友谊出版社, 2009. 5

(当代博士生导师思辨集粹书系. 第7辑)

ISBN 978-7-80737-489-3

I. 艺… II. 田… III. 艺术—创作理论—研究 IV. J04

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 058946 号

主 管: 山东出版集团

集团网址: www.sdpress.com.cn

出版发行: 山东友谊出版社

地 址: 济南市胜利大街39号 **邮政编码:** 250001

电 话: 总编室 (0531) 82098756 82098142

发行部 (0531) 82098035 (传真)

印 刷: 山东人民印刷厂

版 次: 2009 年 5 月第 1 版

印 次: 2009 年 5 月第 1 次印刷

规 格: 150mm×228mm

印 张: 15.75

插 页: 2

字 数: 220千字

定 价: 22.00元

(如印装质量有问题, 请与出版社总编室联系调换)

博士生导师是我国当代学术界的一批精英，他们之中的佼佼者，以其丰富的人生经历、严谨求实的治学态度和天赋才能，静守书斋，破读典籍，“焚膏油以继晷，独兀兀而穷年”，在各自从事的领域里卓有建树，其造诣渐臻纯青，在学坛颇有影响，甚至名及海外。但是，他们的成就却少为普通读者所知晓。所以，让高雅的学术走出殿堂，甚为必要。然而，博士生导师的专著和大块文章，多以思辨的深刻、逻辑的严密和旁征博引而著显，难为一般读者所理解。随着生活节奏的加快，便捷自由的阅读渐成时尚，让学者的思想、智慧与读者的需求近距离链接，成为我们策划本书系的初衷。与其他学术著作不同的是，本书系多由博士生导师们将自己几十年的文章、专著予以检索，把其中那些虽时过境迁但仍有思想洞见、亦富辞采的文字截取而成。这些文字经过了岁月的淘洗，实乃石中之玉、川底之珠。所截取的文字有章节、有片段、有三五语句，重新编排，再成系列。其长者如随笔，短者如小札，如散文诗、箴言录。……读者随意翻读，必有启示心智、陶冶性情之益。

这是本书系的第七辑。

目 录

上 篇

创意时代的艺术创意	3
艺术创意本体阐释	10
艺术创意与当代文化建设	22
艺术创意与民族元素	44
公共文化建设与艺术创意	57
艺术创意与娱乐化倾向	68
艺术创意人才及其培养	80

下 篇

艺术创意与创制	95
影视艺术与创意	110
戏剧艺术与创意	159
音乐舞蹈艺术与创意	186
造型艺术与创意	198
大众艺术与创意	210
文学与创意	228
博导档案	244
后记	245

上 篇

创意时代的艺术创意

人类艺术文化是一部波澜壮阔、辉煌璀璨的大书,时值 21 世纪初叶,我们将关注的目光置于艺术发展及其创意的方面来,深入研究艺术创意这一范畴的基本内涵与特征,相信能够对于艺术活动在当代的进程有所裨益。

对于艺术创意这一范畴的关注,主要与几个方面的因素密切相关。

艺术发展的内在规律及其现实趋向。

艺术内在规律不断发展的趋势,要求对于艺术发展予以全面理解和宏观把握。在各艺术样式之间,虽然存在着程度不同的差异,但无论是艺术活动的基本动机与艺术体验,还是艺术创造的基本形式美法则或者创造的过程,均有相近之处,艺术家的创造所必须具备的心理要素、赖以采用的思维方式,以及艺术物化的基本目标、艺术创造的最终使命等等,也都是相通的。正是基于各艺术门类的差异与同一,才使得不同艺术样式既拥有属于自身独具和赖以生存的特质,同时也具有在社会文化的庞大系统中作为艺术文化体系所共有的特性。在历史上,许多艺术家都已看到不同艺术种类之间相互交融与互化的可能与奥妙,而在今天,充分认识其差异性性与同一性,对于深化认识艺术规律,推进艺术内涵的递进,具有更为重要的意义。

当代人们的审美视野,促使更多的艺术活动趋向于丰富与嬗变。人们时常打破传统艺术样式的藩篱,在一个更广阔更高远的时空中进行自由的创造,获得更为丰富的审美欢悦与享受;人们时常融入更多的人文学科的内涵,增进艺术语言的丰富性与艺术的表现力,提升艺术精神的辐射性与感召力;人们时常借重于艺术的质素与内涵,渗融于人类社会生活的方

方面面,促动着日常生活审美化的进程。

由于社会经济的发展与高新科技的推动,艺术活动融入了更多的科技因素。艺术与其他科技、工业、建筑、城市建设、日常生活等方面的联接越来越普遍,各艺术种类之间的某些差异也在淡化与消隐,许多新的艺术语言、艺术形式不断涌现,甚至催生着新的艺术品种或者艺术样式的出现。诸如建筑艺术、环境艺术、工业设计艺术、装饰艺术等等,大都融合了多种文化与艺术的特质,而并非传统的某一艺术种类的再现。

由于社会心理与大众接受欲求的嬗变,人们对于艺术的理解和把握,也更多地趋向于艺术活动的整体与多元。在当代文化产业及其文化市场迅捷发展的态势下,当人们将生活与艺术置于一个新的框架和系统中加以观照的时候,就会发现,对于艺术来说,再也不应将其封闭于一个狭小的空间而孤芳自赏。当我们立于时代的制高点俯瞰艺术世界时,映入我们眼帘的,将是一个极其丰富和辉煌的世界。

基于此,我们有必要将人类有史以来的艺术活动与衍变放在一个整体性框架上,进行多元的研究,追寻其间那些类同的质素,找到可以融会贯通的契机,以求获得整体观照与具体分析的统一。当代艺术研究不仅需要具体门类、断代或个案的研究,同时也需要做宏观的全方位式研究,一方面显现出每一个案在艺术发展整体系统与框架中的地位和价值,另一方面,也可以展开对于艺术家、艺术作品、艺术现象的比较式研究,以求使人开拓视野,高屋建瓴,开阖自如,获得更大的自由。

人们评判艺术的理论思维及其原则。

人类所从事的艺术活动,是依照美的规律进行的,因此作为审美评价的艺术批评必须是美学的;同时,艺术不仅审美地反映生活,而且也是人们自由与自觉地掌握世界的重要方式之一,因此艺术评判必须相应地对作品做出社会的、政治的、道德的分析评价,亦即是历史的。两者的统一,喻示出艺术批评标准确立的基本原则,即艺术作为人类把握世界的方式之一的本质属性——审美性原则,以及艺术在人类生活中不断生成的意义——价值性原则。

关于审美性原则。艺术家对世界的把握始终是情感的和形象的。在艺术批评中,对于艺术家把握世界方式的评价,也应主要以其情感性、形象性特征作为主要方面,同时以完美的艺术形式来体现。情感性,即指作品蕴含的情感特色与趋向。审美情感是指处在审美心理系统中交聚位置上的情感心理要素。情感是人对客观事物是否符合自己需要的体验、判断态度,是人对现实的一种特殊反映形式。它具有独特的主体体验形式和外部表现形式,不同的体验形成不同的情感,审美情感是一种特殊的情感,它超越了功利感、理智感与道德感,是诸种情感的平衡与中和;形象性,即指作品创造的形象体系是否真实与典型。艺术形象必须具备真实性,但又不同于生活的真实,而是以其是否符合生活发展的真实的逻辑、符合人物性格发展的真实的逻辑为旨归。艺术形象的典型化是在生活真实性的基础上,艺术家通过具有鲜明的个性特征的艺术形象,对于现实生活所做的艺术概括和集中,典型则代表了艺术形象创造的高峰;形式因素,即指艺术作品中那些与特定民族或地域的大众审美习惯与审美理想相适应的形式特点。艺术形式通过声音、色彩、线条、形体、语言的组合方式和运动方式而构成独特的审美之维。由于人们的社会存在、民族归属、地域特点、文化结构等诸多方面的差异,不同艺术主体对于外部世界形式特征的接受、认知与化合也会呈现差异,具体表现为人们对形式美感的把握有所不同,这正是艺术主体独特个性的体现。艺术形式虽然有其独立存在的价值,但对艺术形式的追求,很难脱离艺术的内容因素而孤立存在,因此,艺术形式美的独立性只能是相对的。在艺术传达过程中,形式完美与否直接关系到艺术价值的高低优劣。

关于价值判断的原则。艺术批评离不开价值判断,艺术批评也从未放弃过对艺术作品进行价值判断。其价值判断主要包括以下几个方面。其一,功利性,即指作品是否符合特定社会、民族与大众的精神需求。其二,人类性,即指作品是否表现了人类共同关注的问题和共同的意愿。它包含阶级性、民族性等,但又超越了这些方面,具有更大的涵盖性和包容性。其三,人性,即指作品是否表现了普遍的人性。主要指人类的本质属性,即人

的真善美方面。这一人性概念,着眼于人的尊严、人的价值、人格理想、人的感情,比如人的喜、怒、哀、乐等。作品中的人性美,是人性中生动情感的形象显现。其四,社会性,即指作品是否与特定社会的价值判断相吻合。作为一种社会意识的表现形式,艺术中包含着一个社会的统治阶级的主导价值倾向和思想观念。作为一种社会心理的反映,艺术中体现出一个社会的风俗习惯和人的行为举止与特点。作为一种文化载体,艺术中折射出一个社会的文化价值类型。这些共同要求从根本上说是人在认识世界、改造世界活动中,面对人与自然、人与社会、与他人、人与自我的种种关系所产生的普遍情绪和愿望。艺术作品的社会性主要表现为艺术作品中所蕴含的社会伦理性,人类文化的人伦本体与社会功利主义的态度共同决定了艺术作品的道德立场。

当代艺术活动无论经历怎样的演变,也难以改变上述原则或评判尺度。不仅在社会公益性的服务性的艺术活动中,还是在进行市场运作的艺术产业活动中,作为艺术活动的审美宗旨及宏观目标不会改变,评价艺术活动及其艺术作品基本尺度的内核也不会改变。

艺术与经济活动的密切结合及其创意产业的兴起。

20世纪以来,在工业革命的推动下,人们早已意识到创意的重要,1986年,著名经济学家罗默(P.Romer)就曾撰文指出新的创意对于推动一个国家经济增长所具有的重要作用。时值20世纪90年代,在英国前首相布莱尔的提议和推动下,英国于1997年成立了创意产业特别工作小组,对于创意产业进行全面的论证、规划与运作,同时对于创意产业的基本内涵做出界定。与之相随,世界各主要国家的政府均对创意产业或相关产业予以部署和推动实施,理论界众多学者也不失时机,对于该类产业的发展及其相关理论问题予以研究,迅速出现了一个世界范围的致力于发展创意产业或文化创意产业的热潮。

创意,根据英语“creative idea”翻译而来,原意为“具有创造性的意念”。该单词由英语而中文,得到精致而准确的翻译,既表达出英语原意及其概念首创者深度的思考,同时也与中国文化相衔接,可以中国美

学与艺术精神为基石,赋予其精深与丰富的含义。创意这一概念显然具有两个方面的阐释,其一可作名词解,意即新颖和精妙的意念、意象、意趣、意境等,其二可作动词解,是指对于不曾有过的意象与意蕴的创造性思维过程或行为。

由于世界经济一体化的形成,艺术活动已经成为世界经济贸易的重要方面,经济活动越来越成为艺术活动的重要方式,经济活动与艺术活动的交融已经成为重要的现象。

市场经济的全面形成和规范化,世界经济一体化的逐步形成,对于文化艺术具有极其深刻的影响,艺术活动已开始大范围地进入市场,以产业化的模式参与市场竞争。在国际经济贸易往来中,文化艺术产品的交易已经成为其中的重要方面。当这种以文化产业的兴盛为突出标志的文化艺术市场成为国家乃至世界范围内经济生活中的重要组成部分的时候,更多的政府部门和机构已经不能再游离于文化艺术活动之外,而是不同程度地进入了管理主体的序列。

文化艺术当然具有与人类政治活动和经济活动千丝万缕的联系,但在其本体意义上,它既不应是政治活动的工具,也不应是经济活动的助手,它本来就具有自身的独立品格和独立的存在价值。它不仅可以创造其他行业不可替代的审美的精神财富,而且可以创造能够与其他经济领域相匹敌的物质性财富,它不仅可以为人们带来精神的愉悦和欢乐,而且可以提高全民族乃至全人类的审美水平和精神文明水平,提高人们的文化人格,从而带来人类生存环境与人类自身生命质量的全面改善。

在社会文化产业或曰创意产业中,艺术具有举足轻重的地位。首先,艺术活动本身即在文化产业中居于核心的位置。在不同国家权威部门对于文化产业的界定中,艺术各门类均居于重要的位置,艺术产业已经形成文化产业中的重要一翼,特别是以电影电视为代表的艺术样式,一直在文化产业或文化市场中占有重要的份额。其次,艺术活动以其丰富和精深的审美内质,为其他文化产业品类或行业源源不绝地提供着素养,在各种文化产业品类中无不浸透着艺术的质素与意蕴。一些从事经济活动的人们

常常并不顾及文化产业品类的审美属性,而是更多地注重其商品属性,以求获得最大的效益。事实是,离开了产品的审美元素,其产品可能根本谈不上创意,正是在这一点上,艺术是文化产业的灵魂。再次,文化产业或曰创意产业的实质在于实现物质生产与生活中的文化创新,而艺术活动的内质也在于不断创新,离开创新,艺术将不复存在,也正是由此,创意与艺术获得有机的契合。创意产业中的“创意”主要在于文化元素的大量融入,而文化元素的基本构成主要便是艺术。艺术不仅以其独立的样态渗透于物质生产活动之中,同时艺术元素还会与哲学、历史、科技、伦理、民俗等文化元素相融合,共同作用于产业的创新。其间,艺术一方面以其审美创造精神推进艺术活动乃至艺术产业的发展,同时又将其创新意识、创造精神辐射于社会各领域的人们,激活与提升大众的审美意识与创新意识,这对于社会的持续发展与终极目标的实现,更是有益的贡献。

霍金斯认为,构成创意的基本条件除了个人性和独创性之外,还需要有意义,“除非某样东西以一种有意义的方式展现我们的创意,即便意义仅是个人的且琐碎的,否则,我们在判断这一东西是否有创意时仍会踌躇不已”。^①霍金斯所强调的意义,即指对于一定的具有精神含量的文化元素的追求与体现,在物质生产与日常生活中追求审美化和艺术化,注重艺术元素的渗入,正是创意的核心与灵魂。

在创意产业的一般意义上,创意活动主要体现于人们从事的各种与物质生产和物质生活相关的各种活动之中,其创意的意义在于通过人们的创造性的精神性劳动,为其物质生产与生活增加文化元素的含量,从而更加适应大众的需求,为大众所欢迎,实现新的增值,即文化附加值。其文化附加值的大小,与其文化元素的特性及其含量的多少相关,更与其文化元素是否适合人们的需求直接相连。

如果说,一般物质生产与生活中的创意主要创造的是文化附加值,而

^① [英]约翰·霍金斯著,洪庆福、孙薇薇、刘茂玲译:《创意经济——如何点石成金》,上海三联书店 2006 年版,p20。

艺术活动中的创意则比较复杂。因其活动本身便是对于文化或艺术元素的创造,其价值的体现不仅包括艺术价值,同时也包括经济价值。所以通过艺术创意所创造的更为显著的价值不应称为文化附加值,而是艺术价值的增值,亦即通过文化含量的增强实现文化价值的提升与经济价值的增长。

中国与世界许多地区,同样有着博大精深的艺术资源,它们都属于人类的宝贵财富。每当我们漫步在人类艺术的辉煌殿堂,无不感到震撼与欣悦。正当人们越来越重视社会文化产业建设以及人类各种文化遗产的保护、研究与开发的时候,我们一边领略艺术世界的绚烂多彩和美不胜收,同时也深深感到继承这一份人类伟大财富的光荣与责任重大。关注和研究艺术创意,正是为了更好地承担这一时代使命,推进文化建设与艺术发展的进程,以不负历史和民族对我们的重托。

艺术创意本体阐释

在当代艺术活动中,艺术创意及其研究显现出广阔的前景。艺术创意是创意时代应运而生的文化现象。可以说,自 20 世纪末以来,世界经济发展进入了一个以创意为突出特征的时代,文化创意在提升国家文化软实力方面具有至关重要的作用。作为文化创意的构成,艺术创意已成为艺术活动的核心与灵魂。以研究艺术活动本体特征及其规律为基本使命的艺术学,应当将艺术创意纳入自己的视野,并作为学科研究的重要拓展,使之成为体现了当代社会艺术活动鲜明特点的重要维度,进而彰显其丰富和多元的意义,促使其在文化建设与发展中发挥更大的作用。

—

艺术不仅是创意产业或创意文化的核心与灵魂,同时艺术活动中的创意还可以构成具有独立意义的形态,即艺术创意。

在文化层面上,我们将以创意产业以及深蕴着丰富文化内涵的现象称之为创意文化,主要是指,其一,当代创意产业本体内蕴含着丰富的文化内涵;其二,关于创意,已经溢出了单纯的产业的视阈,人们开始在更广阔的层面上观照创意及其相关活动;其三,创意在中国有着独特的意义和理解,人们依据通常的思维习惯,势必将创意与中国古代美学中的意象、意蕴、意趣、意境相联系,因而生成更为丰富的理解。

在社会实践层面上,我们又将具有突出时代特色的创意活动称之为文化创意。首先,这一时代的创意活动是以文化内涵的融入为其基本特征的,其次,文化创意体现为多元文化的聚合与融汇;再次,文化创意具有突

出的精神创造的意义,但同时又以创造更大的产业价值为旨归。正是在这样几个方面,文化创意具有了鲜明的当代特色,同时也与传统的文化层面的创造或创新划开了界限。

对于创意产业,美国文化经济理论家凯夫斯(Caves)这样阐释:“创意产业提供给我们宽泛地与文化的、艺术的或仅仅是娱乐的价值相联系的产品和服务。它们包括书刊出版,视觉艺术(绘画与雕刻),表演艺术(戏剧,歌剧,音乐会,舞蹈),录音制品,电影电视,甚至时尚、玩具和游戏。”^①在凯夫斯看来,几乎所有的艺术活动都应纳入创意产业的范畴中来。

关于艺术创意的概念,正是在创意或创意产业获得一定发展的基础上提出的。

艺术创意属于创意产业或曰创意文化的重要组成部分。艺术创意可以有二个层面的意义:

在艺术活动中的创意行为。这是指在当代艺术活动中,人们已经开始将创意理念以及创意手法运用于艺术活动。由于当代文化活动及艺术活动的嬗变,出现了一些具有交叉或互融特性的新的艺术样式,以及一些与人们的其他物质与精神生活相融合的艺术样态,比如某些大众艺术活动,也应列入艺术研究的范畴。

运用艺术的理念或元素进行创意。在当代一切文化创意活动中,均离不开艺术的元素,可以说,艺术创意从属于创意文化,是创意文化的重要组成部分,又在创意文化中占据十分重要的位置,是创意文化的核心与灵魂。

笔者主要对前者予以考察。

艺术创意是创意时代的文化现象,应当属于文化创意的重要构成,因而它与文化创意在其主要方面应是一致的:

第一,二者均主要体现为文化精神的创意,亦即一切创意均内含着丰富的文化意蕴,彰显了人的精神追求与意旨;

① 理查德·E·凯夫斯:《创意产业经济学》,北京:新华出版社,2004年版。

第二,二者均是对于文化元素的运用,其中包括一切与人类文化创造有关的内容与形式方面的元素;

第三,二者均是个人创意与集体创意的结合,有的偏于个人创意,有的则体现为以个人创意为基础的集体创意;

第四,二者均是注重文化与经济的融合,亦即一切均与经济的目标有关,体现为文化与经济的同生与共长。

在创意产业中,创意的内涵是以文化创意为基石的,亦即创意的基本元素表现为文化内涵的渗透与文化精神的融入,那么,当代艺术创意又与一般的文化创意有着重要区别,主要在于:

第一,文化创意是以各种文化元素为创意基础,艺术创意则以审美和艺术元素为基础,但文化元素中容纳了大量的审美与艺术元素,或者与艺术元素相关;

第二,文化创意通常是物质生产与创意的结合,艺术创意本身便属于文化生产,具有精神创新的特性,因而艺术创意是艺术生产基础上的再创意;

第三,文化创意可以是对于各种物质产品的创意,意在增长其文化附加值,艺术创意是对于艺术活动的创意,意在增长其文化含量以及文化产品的总值;

第四,文化创意可以在运作中表现出比较明显的创意与生产两个阶段,艺术创意则往往将创意与其他艺术生产的环节相融合,使创意贯穿于艺术活动的始终。

可以说,艺术创意的提出,正是创意文化在中国的拓展与表征。

二

艺术创意主要是在当代各类艺术活动中从事创意性工作的活动,在一定意义上正是艺术与创意的结合。创意,是对于一种意味、意象或意蕴的创造。文化创意或艺术创意,是指在文化活动或艺术活动中的创意。体