

# 略论市场经济对文艺生产的影响

赵 曦

**内容提要** 在商品经济、市场经济条件下,文艺的存在和运动的时空形式中,出现了文艺市场这个新的空间和关系。由于它的出现,使文艺面向市场生产,这就引起文艺生产力内部结构发生变化,生产规模发生变化,生产机制发生变化,同时对文艺正负价值的取舍也产生了深刻的影响。本文对这一现象作了初步考查与探讨。

**关键词** 市场经济 文艺生产 正负值影响

文艺生产尽管是一种特殊的生产,但在整个人类生产活动体系内,从总的历史进程看,它的性质和发展都是要受物质生产的制约的。当整个人类生产进入到商品经济的历史阶段,文艺产品也具有商品的属性。同时,在文艺存在和运动的时空形式中,出现了文艺市场以及它造成的新关系。这个新关系直接对文艺生产力的结构、运行、活动机制产生作用,并对文艺的正负价值的调节取舍产生作用。研究这些新关系及其作用,在当前是很有现实意义的。

## 一、文艺市场与文艺生产力的结构变化

文艺市场是商品经济的产物。在自然经济状态下,文艺作品也有以货币交换的现象,但从总体上说,没有形成真正意义上的文艺市场。文艺大体上是一种自产自给、自我消费的封闭性运行模式。它的创作、发表、出版、发行、营销和市场后服务,基本上是一体化的。司马相如把《长门赋》写好,呈献给陈皇后,整个过程就完成了。贺拉斯写作品是献给他的保护人罗马大富豪梅赛纳的。直到已经有了出版商,有了原版盗版纷争之事,如塞万提斯的《堂·吉珂德》原版方出,盗版就开始面市。但他仍然按欧洲古老的寄食制模式,将他的作品献给他的保护人、经济赞助人雷莫斯伯爵。在自然经济的条件下,文艺生产者主要是非专业创作人员,从屈原到吴承恩,他们都不是职业文艺创作生产者。编辑、出版、发行、零售等等,更不是专职工作。那时生产资料极为贫乏,没有形成专门的分工协作的文艺生产体系。生产手段也因科技水平的限制而落后。总之,构成文艺生产力要素的生产者、生产资料和生产工具,都相应地缺少独立和成体系的基本形态。文艺生产更多的是指精神生产,它也受经济因素制约,但几乎很少受制于特定的经济规律。

随着人类进入了商品经济社会,社会分工愈加细致和专门化、有序化、标准化。商品经济发展,市场应运而生。市场不只是商品交换的场所,更是商品经济中交换关系网络的总和。在商品经济中,任何个人和生产单位,离开了市场就无法生活和生产。受生产、科技发展的影响和生产自

身的分化,于是文艺生产作为一个独立的了的生产系统独立了出来。在商品经济中,文艺市场也产生了。文艺市场,是文艺性商品的交换场所,是文艺生产与交换流通关系的总和。由于受到市场这一新的经济关系与机制的作用,社会生产部门作了逐渐调整,生产资料也作了新的配置,专业化的创作人员也逐步涌现。同时,专门为出版服务的编辑、排版、印刷、发行等人员也逐步形成;专门针对文艺市场作全盘的经营、组织的出版商,也开始出现。法国学者罗贝尔·埃斯卡卡曾经论述道:“正是企业家将印刷者的职能降为专事印刷技术,又将书商的职能缩减为专事买卖,他自己首创了出版社,他在其中协调书籍的生产和销售需要,协同作者及各种承包商共商出版事宜,并从全局出发,将各个独立的发表行为纳入企业的总方针之内。”<sup>[1]</sup>在商品经济和市场经济发育较为健全条件下,文艺生产系统是作为一个独立的体系,作为一种必然面向市场的特殊生产力形态而存在。

生产力指能劳动的人跟生产资料(生产工具和生产对象)相结合而构成的能力。由于大批量地生产物化状态的文艺复制品,文艺生产力中的生产者就不仅是从事精神生产的作家艺术家,它还包括专门为发表、出版、编辑等工作的人,包括专门把精神产品物态化的声象、影视、图书印刷等生产部门的人,以及为文艺商品走向市场而服务的各类工作人员。他们构成完全不同于自然经济状态下的文艺生产系统的生产者。文艺生产资料构成也发生了巨大变化,这可以从两个方面来看:一是作为创作的生活素材因商品经济的出现而发生巨大变化。二是复制生产的物化生产资料发生变化,新闻纸、图片纸、感光胶片、拷贝,各种高保真磁带、唱片等等。生产工具从毛笔、钢笔、简单的印刷工具等等,走向铅印、胶印、电脑打字、激光照排、卫星传版。摄象机录音机也趋于电脑化。

文艺生产力内部结构发生了巨大变化,它与外部的机械力、电力、运输力和其它无线电传播等部门发生复杂的联系。作为一个庞大的社会化生产系统,它的生产无论怎样特殊,必然摆脱不了相应的商品经济规律制约,这不以人的意志为转移的。我们只能正视它,努力掌握这些以推动文艺生产健康发展。

## 二、文艺市场对文艺生产力的影响

文艺市场的出现和发展,对文艺生产力发生了巨大的影响。这可以从四个方面来看:

(一)从生产资料的角度看,商品、市场经济提供了远比小农经济更为复杂的社会生活原材料。

在商品经济中,人性受到一次全面的,具有全新意义的熔炼。社会生活的震荡、裂变、喧嚣、沉沦,五光十色,远比自然经济条件下的生活复杂。商品经济影响整个社会的各个方面,影响千家万户。金钱利欲挟裹或冲击着每个社会成员。金钱关系,商品意识,甚至撕下国家机器庄严的外表,挑破蒙在家庭上的温情脉脉的面纱,把许多传统的美德弃如敝屣。巴尔扎克曾借《夏停上校》里的律师但尔维的道白控诉道:“我亲眼看到一个父亲给了两个女儿每年四万法郎进款,结果自己死在一个阁楼上……那些女儿理都不理他……看到做母亲的剥削女儿,做丈夫的偷盗妻子,做老婆的利用丈夫对他的爱情来杀死丈夫……为的是要跟情人消消停停过一辈子。我也看到一些女人有心教儿子吃喝嫖赌,促短寿命,好让他的私生子多得一分家私。”<sup>[2]</sup>资本来到世间,每个毛孔都滴着鲜血。在贪婪、无耻、丑恶的金钱利欲驱使下,人的社会生活受到空前的异化,“人和人之间除

了赤裸裸的利害关系,除了冷酷无情的‘现金交易’,就再也没有任何别的联系了。”<sup>[3]</sup>

另一方面,商品经济极大地刺激了生产力,提高生产水准,从各个方面充分培训和发挥着人的聪明才智,极大地改变着人的封闭、落后、保守、愚昧等面貌和心智。在人欲横流的大海中搏击,必然熔炼出新的性格,使人性有所丰富和提高。正是商品经济的出现,社会生活的巨大变化,为文学艺术提供了前所未有的创作原料。文艺复兴以来,欧美文艺高峰叠起,作家艺术家群星争灿,世界一流的名家层出不穷。文艺复兴以来几百年间的文艺作品超过自然经济条件下数千年来文艺作品总量的数百倍,塑造了许多个不朽的典型形象。由于要描写深刻的、动荡的、复杂的社会矛盾和人的复杂性格、人性演变的明晰轨迹,许多不同种类、不同体裁的文艺形式也日趋成熟。比如对现实进行批判性描写的浪漫主义和现实主义的长篇小说、戏剧、长篇叙事诗等,空前的繁荣。文艺形式上的容量扩大,为作家“笼天地于形内,挫万物于笔端”提供了更好的空间,以容纳商品经济带来的人世社会广泛、深刻、纷繁复杂的戏剧场面和人性厮杀的丰富内容。

中国正在走向市场经济,必然要影响整个社会的各个方面的生活。人性被放在一个新的条件下,受到新的冲击,在某些方面,可能演出新的、形形色色的“人间喜剧”,这是不以人的意志为转移的。特别值得注意的是,社会主义市场经济的建设,一方面可能激发起空前的热情、智慧、斗志,许多人在“下海”“弄潮”的经济竞争中一试身手,熔炼新的生活态度和性格。另一方面,也不可避免地带来一些消极影响,比如有的人会变得贪婪、狡诈、奢侈、腐化,拜金主义、个人主义、享乐主义得以孳生。为此,就需要更加高扬崇高的人格精神,展示非凡的智慧才干,充分发挥其积极作用,又最大限度地限制其消极影响。人性在这个伟大的经济转变中受到的冲击与熔炼,其声威、色泽,远比资本主义的市场经济中的展示更为复杂、艰巨,也更雄伟、动人。这一切必然给文艺生产提供较之过去更加有声有色的丰富生动的原材料。它从生活资料这个角度,为文艺繁荣准备了条件。

(二)市场经济把艺术家从旧的经济关系中解放出来,形成专业的作家、艺术家、编辑、出版、发行等新的生产者队伍。文艺生产力中生产者的新构成,形成独立体系。生产者的解放,必然带来文艺生产力的空前解放。

这里包含两层意思:一是面向市场生产,文艺生产冲破自然经济的自给自足格局,生产必然走向社会化。市场需求和市场营销都要求文艺作品以商品形式出现,文艺生产必然要进行大批量的复制,以便面市。批量生产涉及人力物力财力的投入,涉及资金回收与再投资,维持和扩大再生产。这一切,都是社会化大生产组织、分工、协作的问题。于是生产环节增多,专门组织生产,挑选作品以决定是否批量复制和印刷、出版、营销的人,分别生产,相对独立。通过市场交换流通的文艺作品,再也不象自然经济条件下是单个人的产品,而是协同的大生产结果。这样,一个独立的、庞大的生产体系,面向一个有广阔需要和消费的市场,文艺生产力就有可能得到空前解放。二是市场经济对文艺生产者的解放。这个解放是针对两个历史事实而言:一是对封建时代的封建经济下的文艺生产者状况而言的解放作用;二是对计划经济的“大锅饭”体制而言的解放作用。

先讨论第一问题。无论是中国还是外国,在自然经济、封建经济条件下,作家艺术家都是非专业性的,他们的自身衣食住行等都依赖于封建贵族阶级,在欧洲古代即是寄食制与资助制。中国是“食朝廷俸禄”。经济上的依赖性必然造成意识受制、甚至人格依附的后果。于是诗为君王南面之“经”,文是士大夫载道之“形”。作家艺术家都是为圣者立言之人。商品经济就不同了,作品可以作为商品,作家的生存不依附于封建贵族或朝廷,依赖于市场——版税或稿酬。经济上自立,意

识受制减少,人格也相应摆脱依附。虽然摆脱不了对钱袋的依赖,但起码一点,钱是靠自己的劳动换取的。命运在自己手中,便不必察颜色而提笔,体上意而运思。作家能更加自主地安排自己的命运。比如清末中国文艺市场初具规模,一大批封建文人投市场而背朝廷。典型的例子是清末著名作家吴趼人在他作的《李伯元传》中提到的一事。即“光绪辛丑朝廷开特科,征经济之士,湘乡曾慕涛侍郎以君荐。君谢曰:使余而欲仕不及今日矣。辞不赴”。<sup>[4]</sup>居然不应征朝廷。作者的解放必然带来创作的解放。清末的形势如鲁迅所言:“群乃知政府不足与图治,顿有抨击之意矣。”于是不靠朝廷俸禄的作家起而弄笔,谴责、讽刺、暴露小说蜂起并作,一时形成泱泱大势。

欧美资本主义商品经济,在15世纪就造就了出版商,文艺人直接诉诸文艺市场。16世纪的法国巨子拉伯雷写《巨人传》,怕遭迫害,但出版商认为极有市场。先印《巨人传》第二部。销路极佳,很快又印第一部。该书遭到神学院查禁,出版商艾苇安·多莱被处火刑。但该书已产生极大影响,成为世界名著。著名诗人雪莱一开始其文学生涯便运用自费出版之武器向神学和专制斗争。巴尔扎克、狄更斯都曾被债务逼迫过,都从卖文为生,诉诸文艺市场。惠特曼初始时,自费出版《草叶集》一千册,不为上流社会肯定,但逐步为广人民接受,从1855年至1862年,共出12版,终于成为世界性著名作家。南美20世纪初的文艺复兴更是一个明显的例子。20世纪60年代,南北战争后,南方农奴制解体,以前处于庄园农奴制状态中彼此孤立的作家,在新的商品经济关系中联合起来,自办刊物,以急剧变动的南方生活为写作对象,以自由经济为基础,南方文学出现了辉煌的局面,产生了十二个享有世界声誉的作家,其中福克纳荣获诺贝尔文学奖。

其次,针对我国实际,市场经济对原先在计划经济条件下的“大锅饭”体制,是一个解放。这又可以从两个角度看:首先,在计划经济所决定的上层建筑方面,它具有明显的高度统一性、指令性、计划性。作家艺术家经常被统一的要求约束,写中心、唱中心、演中心即是计划经济条件下的文艺创作生产中的极端现象。这种经济基础上的上层建筑要求,加上不正常(非常容易不正常)的政治运动(象十年“文革”那样),极容易搞成一个戏、一本小说都要到中央机关讨论方决定能否通过,作家艺术家很容易受到批判,因而就严重地束缚文艺生产力。市场经济把“大锅饭”打破,评判的权力转向市场,属于广大的消费者,从创作、生产和消费机制上,就为解放文艺生产力提供了前提。

再次,计划经济条件下,作家艺术家仍是吃“皇粮”,为公家办事。写作不写作,写作好坏都由国家养起。文艺创作、生产缺乏内在竞争的推动机制。在计划经济条件下,作家、艺术家的经济待遇不高,而与之相应,创作激情和创新、拓展等观念也就显得不足。文艺面向市场,势必引入竞争机制。它将优秀之作突出出来,其经济效益也跟着上去了。

(三)由上两个方面看,市场经济对文艺生产力起着解放作用。为了面向市场,文艺生产的大批量物态化复制生产成为文艺生产重要环节。这就必然使科学技术更深入广泛地介入文艺生产力的构成。

首先,文艺要面向市场,必然要大批量的复制生产,这就需要大量投入物质材料和新的科学技术。这里有几组数据很能说明问题:一是从文艺消费的投入看,以美国为例,从1946年到1982年,按当年价格折算,美国人用于文化艺术消费的开支从85亿美元增加到1267亿美元<sup>[5]</sup>。这也可以从一个侧面看其生产投入的巨大数量。二是“日本的大众文学产品竟然使出版业在1967年一跃成为‘一兆亿元产业’(即总销售量达一兆亿日元的产业)”<sup>[6]</sup>。文艺生产受市场需求的刺激,要大批量的复制生产,必然使社会生产资料向这个领域倾流。在商品社会中,物质生产资料都是

以商品的形式出现的。它们必须经过市场才能被文艺生产部门买进,本身是经济活动的一部分。

其次,文艺作品的物态化复制生产,由于文艺种类性质不同,所需的物质材料不同,对物质材料的生产技术性处理也不同。一些文艺作品的复制生产,更多地借助于科学技术。文学作品的复制得靠印刷、排版等的新科技。在现代科技条件下,电脑编码、激光照排、卫星传版、铅印胶印等,影视上的高保真拷贝、磁带、声像的激光唱片等,广泛地介入文艺产品的物态化复制生产环节,改变着文艺生产力的构成成份,使物化生产和技术性生产成份加重,更具有物质生产的色彩。由此,它也更加受到物质生产过程和运行更多地受经济规律制约的这个总关系的调节。

物态化的复制和科技的介入,也改变着文艺产品的审美知觉面貌。前苏联美学家卡冈曾指出:“文字,还有印刷术对于文学和音乐具有新材料手段的意义,由于这些新材料手段在艺术文化的这些领域中便形成了新的、前所不知的 a) 创作形式, b) 艺术价值存在的形式和 c) 知觉的形式。”<sup>[7]</sup>正是因为新的物质和新的技术手段在文艺产品复制生产中具有如此意义,文艺生产追求新材料和新的科学技术,便不仅是复制过程的需要,而且也是文艺审美形式和新知觉形成的一个自发自觉的要求,是一个内在需求机制起作用的问题。这种要求和机制,必然从内部把文艺的物态化复制生产不断地向前推进。而物态化复制生产的发展和扩大,又必然使更多的物质材料和科学技术转到文艺生产领域,它们必须经过市场方能运行。

(四)面向市场生产,推动了文艺的大众化民主化进程,使社会化大消费成为可能,这种消费反过来推动文艺生产的运行。

在商品经济条件下,文艺生产力的解放,生产者的构成和生产资料构成以及物态化复制生产等一系列重要变化的发生,归根到底,是与文艺市场的出现相关。文艺市场的出现,有力的推动文艺的大众化、民主化过程,形成真正意义上的全社会所有成员都能广泛地享受和占有文艺作品的波澜壮阔的文艺现象。之所以能造成这种结果,是与两个因素相关:一是文艺的商品性,商品自然具有交换品格,而且交换性质是自由交换,按等价交换原则行事。交换是自由的、平等的、民主的、自由竞争的。由此,自由流通自由卖买的性格必然使之具有大众化和民主化的色彩。当今世界,深山农民和都市总统都可在市场购买同一文艺商品。二是文艺作品批量复制生产,大批量地复制必然会占有大批量的读者群。使少数人占有原作的而多数人不能享受现象成为历史。

文艺的大众化、社会民主化程度越高,文艺的市场消费也越高。消费是生产的目的,消费的扩大是生产的动力。因而,在文艺市场出现的新的条件下,文艺生产成为一个带有经济活动和精神文化大众传播双重色彩的运行机制制约下的生产活动。消费作为需要,市场消费又以经济的(资金,货币交换流通)运行为消费注入动力,它们都必然紧紧追迫文艺不断生产,扩大生产。从这个角度说,文艺市场的出现给文艺生产带来全新的动力机制和用武的空间。

### 三、市场对文艺生产正负取值的影响

市场对文艺生产正负取值的影响,是研究市场对文艺生产影响的一个不可回避的课题。市场运行对文艺生产正负取值的影响,是由市场经济始终只追求利润和文艺生产本质上是追求人类崇高精神价而不追求利润这对矛盾造成的。具体分析起来,文艺面向市场生产,由于整个生产中,主要是物态化复制生产环节必然考虑利润,它直接受商品经济规律制约,其生产受市场需求调节。市场需求是复杂多样的,而迎合市场需求的生产组织者也是有不同追求的。由此,必然造成

文艺生产的复杂性。从需求来说,由于任何文艺层次、审美修养、受教育水准不同的人都可以持货币以进入市场。他们的需求极为复杂和参差不齐,对一个历史负担过于沉重的发展中国家来说,低层次需求是一个很大的市场,它对较低层次的读物有很大的需求量。市场需求量大就意味着营销成功率大,获利高。在市场经济条件下,一些文艺生产的组织者,对“所有的书籍实行一种经济挑选的总标准。”<sup>[8]</sup>一方面有较低层次的需求,一方面有针对这种需求进行大规模批量的生产。只要有利,什么都可能做。比如,根据有关材料统计,前几年市场上曾出现淫秽作品《玫瑰梦》,书商转手之间就获利160多万。1988年出版的色情内容突出的《销魂时分》等读物达924万册,是当年其它图书的122%,总码洋达2600万元<sup>[9]</sup>。“如果考虑到它的黑市价格和私自非法加印的印数,那么,实际码洋不低于2亿元,是全国出版社1984年向国家上缴积利总数的5倍。”<sup>[10]</sup>这个生产量显然是受市场需求制约的。只要有利,就有人铤而走险。面向市场的文艺生产与需求的趋同,有深刻的经济原因,就其只逐利而行的这一面看,与文艺生产的本质是对立的。当然,要改变这一状况,不是让文艺生产回避市场经济,而是应从各个方面提高消费者的欣赏水平,改变市场需求成份,提高需求的质量层次。同时,也应适当运用法律和行政管理、经济制裁等手段,进行调节与控制,以便使文艺生产在市场性与审美性互不冲突的前提下协调起来。

面向市场的文艺生产,它的正面取值也能得到肯定。这由两个机制决定:一是从长远的观点看,市场还是能把真正优秀的文艺作品接受下来,使之成为稳销、畅销书。文艺复兴以来的中外名著发行便说明这一点。二是市场是自由竞争的,它促使原有生产者奋争,也使新生力量不断加入,使这个领域充满活力。

文艺正负价值受市场调节,是文艺生产的一个重要课题,这方面的研究,还有待深入,本文不在此处展开。

总之,从宏观的角度看,社会主义市场经济的体制正在建设中,市场经济对文艺生产的影响,在十余年的商品经济大潮所引起的震荡、倾斜和冲撞,已初露端倪。社会主义文艺生产要真正满足人民群众日新月异的需要,有力地推动社会主义物质文明和精神文明的建设,既不能脱离市场经济必然要发生作用的运行机制的制约,又不能听凭市场经济的自发力量任意左右其生产。这里依然需要我们的历史主动精神,认真研究社会主义市场经济与文艺生产的关系,让文艺生产运行得更好,更完美。

#### 注释:

[1][8](法)罗贝尔·埃斯卡皮著《文学社会学》第41页,第128页。浙江人民出版社1987年版。

[2]朱维之,赵澧主编《外国文学史》第379页。南开大学出版社1989年版。

[3]马克思、恩格斯《共产党宣言》,引自《马克思恩格斯选集》第1卷,第253页。

[4]陈平原《20世纪小说史》第1卷第86页。北京大学出版社1989年版。

[5][6]花建、于沛《文艺消费学》第7页,第5页。安徽文艺出版社1989年版。

[7](苏)莫·卡冈《艺术形态学》,凌继尧、金亚娜译,第255页。生活·读书·新知三联书店。

[9][10]周彦文《对疯狂的引导——中国出版业的经济观照》,第108页。中国经济出版社1991年版。

(本文作者为中文系进修学者,指导教师曾永成教授)