

四川省哲学社会科学“八五”重点科研项目

ZHONGGUO
JINGJI ZHUANXING YU
WENYI FAZHAN
YANJIU

中国经济转型与 文艺发展 研究

董小玉 主编

重庆大学出版社

四川省哲学社会科学“八五”重点科研项目

中国经济转型与 文艺发展研究

董小玉 主编

重庆大学出版社

中国经济转型与文艺发展研究

董小玉 主编

责任编辑 彭宁

重庆大学出版社出版发行

新华书店经销

重庆电力印刷厂印刷

开本：850×1168 1/32 印张：11.5 字数：250千

1998年5月第1版 1998年5月第1次印刷

印数：1-1000

ISBN 7-5624-1757-1/C·47

定价：16.00元

捕捉“看不见的手”

——序《中国经济转型与文艺发展研究》

涂 途

一个新的世纪正面对着我们跨步走来。再过几天，我们便要为迎接 21 世纪同全世界一起开始倒计时。19 世纪翻开了人类史策的新篇章，科学社会主义学说和运动“幽灵”的出现，带来了全新的社会主义文学和艺术；20 世纪使多少代人梦寐以求的人类理想社会变成了现实，伟大的纪元催生和滋润出一大批前所未有的、出类拔萃的真正属于人民群众的文学艺术作品。即将来到的新的 21 世纪，必将是社会主义更加成熟、更加灿烂、更能显示强大生命力和活力的人类历史的更高阶段；社会主义文艺在阳光雨露中一定会朝气蓬勃、蒸蒸日上、万紫千红、百花争艳。我们已经

成功地走出了一条建设有中国特色的社会主义的道路，并且充满自信和自豪地正迈向更加日新月异、生机勃勃的新的百年盛世。火红的五月北京，从月初到月末一个紧接着一个纪念毛泽东《在延安文艺座谈会上的讲话》发表55周年活动的举行，使耳边不断回响起伟人半个多世纪前发出的仍然清晰的声音：“我们是马克思主义者，马克思主义叫我们看问题不要从抽象的定义出发，而要从客观存在的事实出发，从分析这些事实中找出方针、政策、办法来。我们现在讨论文艺工作，必应该这样做”。

由董小玉教授主编的《中国经济转型与文艺发展研究》，便是紧密联系我国当前社会实际，“从客观存在的事实出发”，认真研究和总结新时期以来改革开放中出现的问题，结合有中国特色社会主义文艺的实践，从分析大量的事实中，“找出方针、政策、办法来”的一次理论上的尝试。这部著作力求以马克思列宁主义、毛泽东思想和邓小平建设有中国特色社会主义理论为指导，从理论和实践上梳理和探讨社会主义文艺在市场经济条件下的性质、作用、价值、使命、走向以及如何正确处理社会效益与经济效益的关系，制定与完善文艺的法规政策，促进中国与世界各国在经济发展中的文艺交往，推动社会主义精神文明和物质文明建设等等现实中迫切需要回答和解决的问题，毫无疑问，

作为一项哲学社会科学的重点科研项目，该成果的意义是相当重要的。

党的十四大确定了建立社会主义市场经济体制的宏伟目标，使我国的社会主义现代化建设和改革开放事业，进入了一个新的阶段。深化改革，扩大开放，发展社会主义市场经济，为我国的文艺事业的发展、繁荣开阔了新的道路和注入了新的活力。在有中国特色的社会主义文艺理论的指引下，社会主义文学艺术事业无论在队伍的不断扩大、作品的数量增多，还是在形式、风格、流派之多样，体裁、题材、主题之丰富上，均前所未有。一批优秀的弘扬主旋律的文艺作品受到广大人民的热烈欢迎，群众性的文化活动蓬勃开展，文艺体制改革在多方面取得进展。在充分肯定和发挥文化市场的积极作用的同时，又不能不正视和重视市场自身的弱点和消极方面也会反映到精神生活，其中包括文学艺术领域中来。不久前发布的《中共中央关于进一步做好文艺工作的若干意见》明确指出：“文艺产品具有不同于物质产品的特殊属性，对人们的思想道德文化素质有重要影响。文艺体制改革既要促进文艺生产面向市场，又不能听任市场的自发选择。改革要有利于发挥广大文艺工作者的积极性和创造性，多出优秀作品，多出优秀人才。基本目标是，建立起符合精神文明建设要求，遵循文艺发展内在规律，发

挥市场机制积极作用的充满活力的社会主义文艺体制。”要实现这个基本目标，便必须从理论上弄清市场经济与文艺发展的关系，必须认识和重视精神生产，其中包括艺术生产的特殊性，必须牢牢把握住“看不见的手”的普遍规律和社会主义市场经济的特殊规律。

市场原是指商品交易的场所，是人类社会分工和商品生产的产物。马克思指出：“生产劳动的分工，使它们各自的产品相互变为商品，互相成为市场。”（《马克思、恩格斯全集》第25卷，第718页。）列宁也说：“哪里有社会分工和商品生产，哪里就有‘市场’。”（《列宁全集》第10卷，第83页。）因此，通常我们所说的市场，是指在集市、商场、公司等等场所。随着现代市场经济和科学技术的发展，许多商品交换并不需要在固定的场所进行，如厂方直销、电话电脑销售等等。于是，市场概念扩大为广义的商品生产者和消费者之间任何形式、任何地点、任何时间的商品交换及其关系，并且还泛指商品（包括消费品和生产资料）、资金、劳动力、技术、信息、房地产等等生产要素供求关系的总和。市场经济便是依靠市场供求力量来解决经济基本问题的经济组织形式；在这种经济形式下，如何实现社会经济资源的优化配置，如何生产、生产什么、为谁生产、何时生产等等，都是由消费者和生产者两方面决定的，都必须由价值规律调节和制约。邓小平同志明确地指

出：“计划多一点还是市场多一点，不是社会主义与资本主义的本质区别。计划经济不等于社会主义，资本主义也有计划；市场经济不等于资本主义，社会主义也有市场。计划和市场都是经济手段。”（《邓小平文选》第3卷，第373页。）这为我们正确地认识市场和市场经济指出了方向。

社会主义市场经济是与社会主义基本制度相结合的一种经济手段，它既具有一般市场经济的普遍规律，如价值规律、公平竞争规律、优胜劣汰规律等等，又要遵循自身的独特规律，保持和发挥自己的个性和优越性。与资本主义市场经济不同，社会主义市场经济是以公有制为主体、多种经济成分并存的所有制为基础；实行按劳分配为主、其他分配方式为补充的个人消费品分配原则；满足全体人民需要，消灭剥削、共同富裕；以市场为基础，实现包括计划手段在内的宏观调控，强调国家、集体、个人三者根本利益上的统一。因此，这种经济体制，不仅同社会主义基本经济制度、政治制度结合在一起，而且同社会主义精神文明结合在一起。实践证明，发展社会主义市场经济，有利于解放和发展社会主义社会的生产力，增强社会主义国家的综合国力，提高人民的生活水平，也有利于增强人们的自立意识、竞争意识、效率意识、民主法制意识和开拓创新精神，使社会主义的优越性进一

步发挥出来。只要我们正确认识和把握住“看不见的手”的内在规律，按照它的基本规律处理物质生产与精神生产、经济发展与文艺发展的关系，充分利用和发挥文化市场的功能和作用，就能推动艺术生产力的进一步增长，以更多更好的作品满足广大人民群众的需要。

与此同时，我们还不能漠视和忽视市场的盲目性、自发性和滞后性，以及它们对社会主义文艺带来的负面影响。艺术生产同样具有自身的特殊规律，它既不同于物质生产，也区别于其他精神生产。文学艺术作品可以和应该作为商品进入市场，但它们生产的动因和目的、在生产过程中的方式、在流通过程中的价值体现以及在消费过程中消耗的形式，均与物质实用产品和商品有明显的区别，不能混为一谈。那种将文艺作品包括在内的精神产品商品化倾向，那种一味追求经济效益而忽视和不顾社会效益的“一切向钱看”的倾向，以及由此带来的舍文求野、舍雅求俗、舍美求丑、舍精求粗和猎奇、刺激、迷信、黄赌毒等等丑恶现象在文化市场上的泛滥，都是与社会主义的精神文明建设和社会主义市场经济体制格格不入、背道而驰的。假若我们闭目塞听、不闻不问、听之任之、丧失警惕，看不到其问题的严重性和紧迫性，不认真切实地解决“一手比较硬、一手比较软”的偏向，不仅谈

不上促进社会主义文学艺术的繁荣昌盛，还会严重危害整个有中国特色的社会主义事业和现代化建设的发展。这就是我们一方面要促进文艺生产面向市场，另一方面又不能听任市场的自发选择的道理。

在不久前召开的第六次全国文代会和第五次全国作代会上，江泽民同志还就在扩大开放的环境中的社会主义文艺，应当保持自身独立的品性作了精辟的论述。他强调：“历史和现实都告诉我们，国家要独立，不仅政治上、经济上要独立，思想文化上也要独立。植根中国社会主义现代化建设的实践，反映中国人民创造自己新生活的进程和中华民族自强不息的精神，是中国社会主义文艺的立身之本。只有首先赢得中国人民的喜爱，具有中国风格、中国气派，才能堂堂正正地走向世界和屹立于世界文化之林。”这是对马克思主义所倡导的“世界文学”和“世界文化”以及毛泽东思想中的“洋为中用”原则的重要丰富和发展。立足本国、保持独立、博采众长、自强不息，才能创造出具有中国民族作风和气派的社会主义文艺，也才能真正走向世界和迎接未来。防止、警惕和抵制西方敌对势力“西化”、“分化”社会主义中国的图谋以及“文化殖民主义”的侵蚀，这是当前研究和探索市场经济与文艺发展中的另一重要课题。我们应当牢牢记住党和人民的期望：“我们的文艺，在保持自己的社会主

义性质和民族特色，在提高民族自尊心、自信心和抵制殖民文化侵蚀方面，在以自己的优秀成果丰富人类文明方面，应该做出更大的成绩”。

总之，正确和恰当地处理市场经济与文艺发展的关系，一定要以唯物辩证法和历史唯物主义为指导，尊重科学和客观规律，避免形而上学和唯心主义，不搞捕风捉影和主观武断、凭空想像。这样，既能使文学艺术创作适应“看不见的手”而大显身手，又不会简单地把市场看作是文艺的上帝，束手无策、缩手缩脚。《中国经济转型与文艺发展研究》即将出版，这里谈点个人对这个课题的学习体会和粗浅看法，聊作一“家”之言提出来与作者和读者对话和交流，不妄之处，乞多指教。

1997年6月20日

于北京恭王府

中国艺术研究院

目 录

序	涂途
第一章 绪论	
一、社会转型中艺术作品的商品属性	1
二、市场经济下艺术的现状与发展走向	7
第二章 社会主义文艺性质的新发展	31
一、文艺能否成为商品	31
二、文艺是特殊的商品	50
三、市场经济中的“艺术生产”	71
第三章 文艺生产与物质生产	94
一、物质生产与精神生产	94
二、文艺生产的基本模式	110
三、文艺生产的中国当代转型	128
第四章 文艺市场的兴起与作用	147
一、文艺市场勃兴和发展的动因	148
二、文艺市场的结构及其运行规律	158
三、文艺市场的效应与失效	164
四、社会主义文艺市场的性质与培育	179
第五章 经济发展与文艺创作	188

2 中国经济转型与文艺发展研究

一、计划经济下的文艺表现·····	188
二、转型期的文艺表现·····	193
三、利益、历史代价与中国当代文学创作·····	200
四、市场经济与文艺主体的生成·····	204
第六章 社会主义文艺的多元价值及其取向·····	212
一、文艺的多元价值观·····	213
二、文艺产品的使用价值·····	225
三、文艺的社会效益与经济效益·····	236
四、文艺的最高价值标准·····	245
五、寻找文艺两个效益的最佳结合点·····	253
第七章 文艺政策与文艺发展·····	265
一、文艺政策对文艺发展的重要作用·····	266
二、文艺政策的滞后性与文艺市场发展 的超前性·····	289
三、文艺政策与文艺市场的管理·····	300
四、建立和完善严肃文艺发展的新机制·····	313
第八章 国际贸易中的中国文艺·····	325
一、国际贸易中文艺产品的二重性·····	325
二、走向世界文艺市场中的中国文艺·····	327
三、艺术贸易的文化形象·····	335
四、民族道路的思考·····	337
后记·····	350

第一章

绪 论

一、社会转型中艺术作品的商品属性

一个世纪即将过去。

新的世纪即将来临。

在这送旧迎新的时刻，中国社会正处在转型的时期。

社会转型是社会发展的阶段性的质的飞跃，它往往以社会某一领域体制的变革为突破口；某些领域率先转型，而后牵动其它领域的体制变革，最终完成社会的整体转型。

中国历史上曾有过三大转型时期：殷周之际从氏族社会的部落政治转向宗法社会的封建政治；周秦之际由贵族封建政治转向君主专制制度；第三次转型就是清末民初由君主专制的政治转向民主共和政治。^① 若从经济的角度看，则是从奴隶制经济转向领主经济；由领主经济转向地主经济；由地主经济转向资本主义经济。每一次转型都是以土地制度为龙头带动其它如

^① 刘泳：《经济发展与社会转型》，《辽宁师范大学学报》1997年第1期。

政治制度、意识形态等体系的变革的全方位的转型。

当今的中国，正处在中国历史上的又一转型期，即由社会主义计划经济体制向社会主义市场经济体制转型的社会转型时期。我国社会主义市场经济体制的建立是我国社会经济生活的一次大变革。社会主义市场经济体制的建立具有历史的客观必然性；社会主义市场经济体制能够解决计划经济体制解决不了的社会主义社会中的基本矛盾的深层次问题；社会主义市场经济体制取代社会主义计划经济体制是社会生产力发展的客观要求，这是最具中国特色的历史性大变革。

在经济体制的改革实践中，我们的认识基本上经历了四个阶段：承认社会主义经济是商品经济——计划经济为主，市场调节为辅——有计划的商品经济——社会主义市场经济。^①这四个阶段反映出我们对计划经济和商品经济的关系认识发展的阶段性，也反映出确立社会主义市场经济体制的改革目标是这种认识发展的必然结果。邓小平同志早在1985年就指出：“只搞计划经济会束缚生产力的发展”，1992年南巡讲话又进一步指出：“计划经济不等于社会主义。”党的十四大认真总结了改革开放以来的实践经验，明确提出“我国经济体制改革的目标是建立社会主义市场经济”。这是我国解放生产力、发展生产力的客观要求和必然选择。事实证明，市场经济体制是一种通过市场机制的作用来配置社会资源的经济制度。其最大的优点是让市场机制在社会资源的配置方面起基础性的调节作用，把社会资源配置到经济效益最好的部门，从而实现经济利益最大

^① 刘力：《浅析中国计划经济向市场经济的转变》，《辽宁师范大学学报》1997年第1期。

化，增强经济效益，更大限度地满足人们日益增长的物质文化的需要。同时，市场经济也是通过价值规律来调整生产力的布局，按优胜劣汰的竞争机制进行国民收入的再分配。因此，市场经济作为“看不见的手”，能够自发地调动生产者的积极性而释放出生产力。

由此看来，我国原有的计划经济体制向社会主义市场经济体制的转变，反映了我国社会发展的必然趋势，它符合生产关系必须与生产力发展相适应的客观规律，是推动社会向前奔进的杠杆。因此，在社会主义市场经济体制逐步建立、精神产品日益商品化的过程中，我们应当认识文学艺术自身的特点，正确理解艺术作品的商品属性和它自身的特殊性，在文艺市场的形成中，把握好文学艺术如何保持自身的生存与发展。我们应当坚持“百花齐放，百家争鸣”的方针，为促进社会主义文艺的新的繁荣作出自己的积极贡献。

文学艺术是一种意识形态，而意识形态通常由四种因素构成，即认识因素、价值因素、物质因素、功能因素。它是经济基础和社会生活的反映，这是就文学艺术的基本性质而言的，并非是对文艺自身的全面概括。文艺当然有其自身的特点，有如政治、法律、道德、哲学等有其自身特点一样。文艺的特点在于它是一种审美的意识形态，是审美意识的最高形式。这种审美意识形态和意识形态的关系是个别和一般的关系。文艺作为一种审美的意识形态，它在内容与形式上有其自身的特点。

文艺作为一种审美的意识形态在内容上是“对人类命运的动情的沉思”。文学和艺术被称为“人学”，它主要是从真、善、美的角度反映人的思想、感情和生活，以及与人有关的自

然现象、社会现象。

文艺作为一种审美的意识形态，又是以一种具体的感性的形式（即形象的形式）来反映生活的。用马克思的话来说，这是一种与实际事物的表象直接相联系的实践——精神的掌握形式。它包括塑造形象的语言、结构形态、艺术技巧等。

文艺还是一种生产，是一种掌握和认识世界的方式，文艺作品是一种诗意的裁判。我们可以断言经济基础在一定程度上决定着文艺的形式。正如马克思所说：“没有生产，就没有消费，但是没有消费，也就没有生产，因为如果这样，生产就没有目的”。

既然文艺是一种生产，其产品就会进入市场，产生消费；既然是消费，那它就自然能够成为商品。文艺的商品性虽说历来是人们忌讳和反感的话题，但在转型期的今天却成了无法回避的理论课题。马克思主义认为，商品是用来交换的劳动产品，它具有价值和使用价值两重属性，即商品必须具备两个要素：一是为交换而生产的劳动产品；一是具有价值和使用价值。一种劳动产品只要同时具备了这两个条件，就成为商品。从这个角度出发，考察文学艺术现象，便可确认市场经济中文艺作品具有商品属性。今天，文艺作品成了文艺商品，这一观念的变化首先表现为在经济形态更替过程中文艺作品的商业化；其次表现为个人形态更新过程中文艺创作的专业化。当然，这“二化”始终是在社会形态演进的不同时代的历史大背景中发生的，这“二化”实际上孕含着文艺商品内在的价值冲突，即物质价值与精神价值在相互依存而又彼此分离中所形成的双重关系的对抗。不过，在相当长的时期内，文艺产品被称