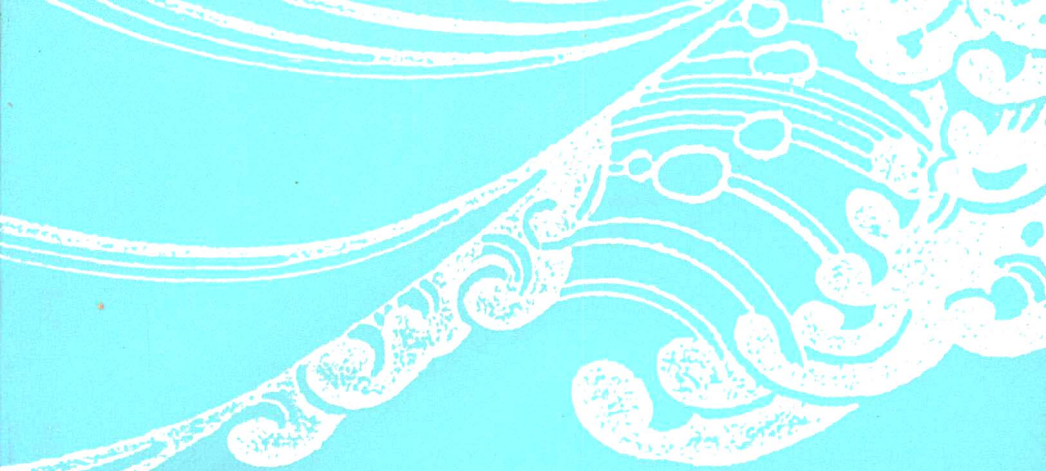




繁荣与选择

李 准 著



大众文艺出版社



繁荣与选择

李 准 著

大众文艺出版社

图书在版编目(CIP)数据

繁荣与选择／李准著．

—北京：大众文艺出版社，1995.7

ISBN 7-80094-146-9

I. 繁…

II. 李…

III. 当代文艺-文艺评论-中国

VI. I 206.7

中国版本图书馆CIP数据核字(95)第02859号

大众文艺出版社出版发行

(北京西城区鼓楼西大街79号)

北京印刷三厂印刷 新华书店经销

开本850×1168毫米 1/32 印张7.25 字数180千 插页2

1995年7月北京第1版 1995年7月北京第1次印刷

定 价：7.50元

目 录

论商品经济与文艺繁荣	(1)
坚持“二为”方向 贯彻“双百”方针	(30)
关于多样化和主旋律	(33)
关于马克思主义的指导作用	(41)
关于纪实文学的几点想法	(48)
《讲话》精神与“二为”方向	(50)
关于通俗文学的几点意见	(53)
战争和人	(55)
“文化夜市”看繁荣	(71)
加强社会主义文艺的理论建设	(74)
社会主义文艺和理想的追求	(77)
关于文化理论建设	(85)
发扬延安精神 繁荣文艺创作	(87)
时代的要求和我们的使命	(89)
电视剧创作的丰收及其启示	(94)
坚持文艺的社会主义方向	(97)
坚持正确舆论导向 办好文艺评论报刊	(99)
在新的实践中坚持和发展毛泽东文艺思想	(105)
报告文学要反映变革时代	(111)
关于公安题材文学创作的几点建议	(113)
当代知识分子的正气歌	(115)
对一个创作口号的质疑	(118)

变革的时代呼唤着文艺的繁荣	(130)
关于企业文化建设	(133)
文艺要讴歌改革开放和现代化建设	(135)
“小百花现象”引起的思考	(138)
清新与辉煌	(144)
要重视对文化市场的理论研究	(146)
革命历史与艺术表现	(150)
评奖·导向·繁荣	(164)
爱心和激情的升华	(166)
积极扶持弘扬主旋律的文艺创作	(168)
巨片意识的追求	(170)
文化部春节电视文艺晚会感言	(172)
一个典雅 一个潇洒	(174)
改革题材创作的可喜的突破	(176)
文化市场的现状和改进管理的对策	(181)
爱国主义和文艺创作	(187)
《战争童谣》和战争片创作	(189)
英雄形象的塑造和雅俗共赏的追求	(194)
 森林之魂的奏鸣曲	 (197)
他执著地走着自己的路	(200)
 不能把客观真理和客观现实混为一谈	 (204)
再谈客观真理与客观现实	(211)
从唯物主义反映论看文艺的真实性	(219)
 后记	 (229)

论商品经济与文艺繁荣

一个巨大的热点在烘烤着当代中国文坛的几乎每一根神经，它就是文艺发展与商品经济的关系问题。

是的，跨入八十年代以来，很少有其他问题能够象文艺发展与商品经济的关系问题这样持续地而且越来越不容置疑地成为整个中国文艺领域的热门话题，成为文艺工作者和文化部门无不为之兴奋又无不为之头疼的难题，很少有其他问题的讨论能够象这个问题的讨论如此充满尖锐分歧和困惑。特别是近年来，伴随着实践中分歧的加剧，理论讨论中的分歧也愈演愈烈，激动的言词不断升级。有些论者激动地说：“文艺就是商品。勇敢地承认这一点，不是耻辱而是光荣！”“商品经济下的文艺作品，只有在转换成商品时才得到了社会的承认。这是不以我们意志为转移的铁的事实。”“票房价值是社会效果的最好证明！”“权力的制约只能造成文艺的禁锢与凋零，金钱的制约终究还能使文艺‘百花齐放’。”“文学受经济制约总比受权力的支配要进步，商品经济给文学带来的不应是萧条，而应是更加丰富、多彩、蓬勃。”“金钱成了商品经济下文艺新秩序的主要维持者……在金钱的约束下，作家不能不充分发挥自己的潜能，提高创作质量与数量，开阔创作的路子，不能不充分考虑到社会的需要，读者的兴趣。”“自信浑身铜臭熏也可熏出一个文学的新时代！”另一些论者则激愤地说：“文艺不是商品。商品化是社会主义文艺的蜕化和堕落！”“文艺商品化只能是优汰劣胜！”“商品化使文艺成了金钱的奴婢、姘妇！”“在普遍推行‘经济规律’和讲求‘商品价值’的情况下，文学比任何时候

都更容易为‘生计问题’所困扰；在此基础上形成的经济实用主义象多年来曾使文学越来越贫困的政治实用主义一样，正在用不流血的刀子残杀文学的生机！”“经济实用主义指导下的文坛还会出现文学价值混乱或文学创作贬值的不堪局面。”“经济实用主义对于未来文学的危害在于：它使未来的文学世纪变成一个需要庸俗艺术并产生了庸俗艺术的时代！”“风骚如线不胜悲”，“迟早嫁作商人妇”。“再不治理文艺的环境，若干年后，大师就没有了！”

显而易见，在争论双方那里，真理与谬误、新生与腐朽、伟大与渺小、光荣与耻辱都似乎有着完全不同乃至对立的标准，然而，双方却都是一样的慷慨激昂，一样的心情激动。诚然，在整个讨论过程中，还有一些论者努力作冷静的思考，提出了一些与以上二者都不相同的见解，但在一片群情激荡中，这些冷静的声音很快就被以上两军对垒的激烈论战声所淹没了。迄今，讨论中的情绪之激烈仍无温降的迹象。

笔者以为，面对这样一个直接关系到我国文艺命运的热点和难题，讨论中的各种激动、激愤之情都是可以理解的，在某种意义上讲还是可贵的责任心的表现，但光有激情毕竟是不够的。激愤可以出诗人，却不能真正解决任何一个复杂的理论问题。理论问题的真正解决，除了激情，还必须针对争论的焦点进行冷静的分析和科学的论证。笔者自知能力有限，但还是想在这方面再做一次尝试，也算对此前所写有关文章的反思和小结。

（一）商品经济条件下文艺作品的两重属性

在商品经济的条件下，文艺作品是不是商品？这是整个讨论的逻辑起点，也是理论上的难点之所在。我们的理论探讨必须从这里开始。

对于包括文艺作品在内的精神产品是不是商品的问题，马克

思主义经典作家没有象对物质产品那样作出系统而又完整的论述。或者说，这是马克思主义经济学和文艺学还没有完全解决的一个课题，也是其他各种经济学和文艺学没有而且不可能完全解决的课题。无疑，马克思主义经典作家的许多有关论断给我们今天的探讨提供了宝贵的启示，但最终还是要靠今人在马克思主义原理和新的实践相结合上作出自己的努力，才能把关于这一课题的理论推向前进。

经过努力冷静下来的反思和探索，笔者现在的认识是：在商品交换普遍存在的条件下，在我国现阶段大力发展社会主义商品经济的社会大系统中，绝大多数文艺作品具有两重属性，既具有商品性，又具有非商品性，或者说在一定范围内和层次上它是商品，在此外的范围内和层次上它不是商品。

说文艺具有商品属性，有以下四个方面的依据：

(1) 在商品交换普遍存在的条件下，在我国现阶段社会系统中，不仅绝大多数作家艺术家创造作品都不是供自己消费，而是卖给别人去满足他们的某种需要，而且艺术产品与物质商品一样，也是抽象劳动和具体劳动的统一、价值和使用价值的统一。

要考察文艺是不是商品，首先要弄清什么是商品。

马克思《资本论》第一章第一节就写道：“商品首先是一个外界的对象，一个靠自己的属性来满足人的某种需要的物。这种需要的性质如何，例如是由胃产生还是由幻想产生，是无关紧要的。”（《资本论》中译本1978年版第1卷第47页）苏联的马克思主义经济学家列昂节夫概括并补充说：“凡是为出卖而不是供本人消费的劳动生产品，我们就把它叫做商品。”（列昂节夫《政治经济学》中译本第42页）这两段话，可以说是马克思主义经济学给商品所下的最基本最简单的定义。按照这个定义，商品有两个最起码的规定性：其一，不是供自己消费，而是卖给别人；其二，是劳动生产品，能满足人的某种需要，因而它是抽象劳动与具体

劳动的统一、价值与使用价值的统一。反过来讲，凡符合这两个规定性的，就是最简单意义上的商品。

在我国目前，绝大多数文艺作品是否符合这两个规定性呢？答案应当是肯定的。第一，绝大多数作家艺术家创作文艺作品（包括进行文艺演出）都不是供自己消费（尽管包含某种自娱的因素），而是出售给别人（读者、观众、听众）去发挥其功能和作用的。固然，宣称创作是“纯粹自我渲泄”，是“打喷嚏”、“大便”的人也有，但为数极少，而且他们往往并不真的打算这样去做，相反，是想用这种宣传去推销自己的作品。第二，一切真正的文艺作品（包括文艺演出）都是作家艺术家精神劳动创造的产物，都能以自己的属性（使用价值）去满足别人（读者、观众、听众）的某种需要。当然它满足的不是人们的物质需要，而是人们的精神需要（这对是否属于商品“是无关紧要的”），包括认识的、审美的、娱乐的、消遣的。因此它也和物质商品一样，是抽象劳动和具体劳动的统一、价值和使用价值的统一。

关于两个统一，有必要作一点说明。马克思在分析商品生产时说：“一切劳动，从一方面看，是人类劳动力在生理学意义上的耗费；作为相同的或抽象的人类劳动，它形成商品价值。一切劳动，从另一方面看，是人类劳动力在特殊的有一定目的的形式上的耗费；作为具体的有用的劳动，它生产使用价值。”（《资本论》第1卷第60页）就是说，在商品生产中，两种劳动的耗费是同一个过程，两种价值的形成也是同一个过程。这是马克思主义经济学的一种常识。笔者这里要强调的是，艺术生产中的精神劳动（脑力劳动）同一般意义上的体力劳动一样，也是人类劳动力在生理学意义上的耗费，也是抽象的人类劳动。如马克思所说：“第一，不管有用劳动或生产活动怎样不同，它们都是人体的机能，而每一种这样的机能不管内容和形式如何，实质上都是人的脑、神经、肌肉、感官等等的耗费。这是一个生理学上的真理。第二，

谈到作为决定价值量的基础的东西，即这种耗费的持续时间或劳动量，那末，劳动的量可以十分明显地同劳动的质区别开来。”

（《资本论》第1卷第88页）诗人写诗，画家作画，音乐家谱曲，导演拍电影，付出的具体劳动不同，创造的使用价值也不同，但这些劳动过程又同时都是脑、神经、肌肉、感官等的耗费，因而同时也是价值的创造过程。对同一位艺术家来讲，在劳动的质相同的情况下，付出的劳动量越多，创造的价值和使用价值（凝结在作品中）也就越大。所以，艺术生产中两种劳动的统一、两种价值创造的统一与物质商品生产只有形式的差别而没有本质的不同。

（2）与以上一条紧密相连，在我国现阶段，绝大多数文艺作品都有被创作者用来交换别种物品并以此作为谋生手段的一面。

列宁说：“商品是这样一种物，一方面，它能满足人们的某种需要，另方面，它要用来交换别种物。”（《列宁选集》1972年版第2卷第589页）这个论断是对马克思主义经济学关于商品的简单定义的另一种概括。是的，出卖给别人和用来交换生产者所需要的别种物品，可以说是同一个问题的两个方面。换言之，被生产者用来交换别种物品并以此作为谋生手段是商品的特征的另一表现。

从这个视角来考察，现代资本主义国家的文艺作品作为商品的特征是显而易见的，作家艺术家不把自己的作品卖出去并换回自己所需的生活用品，就无以为生。在我国现阶段，情况有所不同，整个社会主义精神生产的目的与资本主义不一样，专业的作家艺术家是拿着工资搞创作的。但是，第一，专业作家艺术家除了文艺创作并不从事别的生产，他们的工资就是国家对他们创作作品的一种报酬，靠工资维持生活实际上也就有用自己的作品去交换回所需生活用品以维生的一面。第二，工资之外还有稿费、演出费、拍摄费制度。用出售作品（包括演出）所得的稿费、演

出费、拍摄费来购买自己所需物品，作为维持生活的重要经济来源，不管作家艺术家的主观愿望如何，客观上是在让自己的作品承担它作为商品的职能。请问那些完全否认文艺作品具有商品属性的作家艺术家，你们是否因此而拒绝靠从事文艺创作拿工资，拒绝拿稿费、演出费来改善自己的生活呢？

（3）在我国现阶段，绝大多数文艺作品要进入流通领域，要把它的使用价值提供给它的消费者，就必须采用商品的形式。单从流通领域看，文艺作品就是商品。

关于这一点，似乎无需论证，因为这是大家都看得到的一个简单事实。一本小说摆在书店里，读者要掏钱购买才能阅读；一出戏在剧场演出，观众要掏钱买票才能进去看。单就这个范围和层次而论，怎么能否认文艺作品就是商品？

文艺作品采取商品形式进入流通领域，大体有三种具体方式：其一，文艺书籍、文艺报刊、录音带、录相带等作为独立物品（独立的“外界的对象”），象其他商品一样在商店出售。其二，各种舞台演出，包括戏剧、音乐、舞蹈、曲艺、杂技等演出，是艺术家直接为观众、听众提供艺术服务，作品与艺术家的创造活动同时存在，不能分开，消费者付钱作现场观赏。其三，电影和录相片的放映，作品的载体即拷贝和录相带是独立的“外界的对象”，但观众只能买票观看而不能把拷贝和录相带拿走。在这三种流通方式中，文艺作品都是作为商品出售，作品生产者和消费者的关系都是自由的商品交换关系。当然，也有极少数文艺作品不采用商品形式、不进入商品流通领域而是直接无偿地供给它的需要者的情况，比如西藏牧区演戏、放电影就一直是不收费的，但这毕竟是例外，不能代替一般。

（4）文化市场的存在和继续发展，市场机制对文艺发展所起的积极作用和影响，是绝大多数文艺作品具有商品属性的又一证明。

商品离不开市场,没有市场也就没有商品,市场机制对商品经济的发展起着无可取代的积极推动作用。这也是经济学上的一种常识。反过来讲,市场的存在、市场机制的积极作用和影响的发挥,是商品经济性质的又一标志。

在我国,虽没有西方资本主义国家那样的文化市场,但市场的存在本来就是不容否认的。改革开放十年来,我国的文化市场有了很大的发展。而且,从实际情况看,文化市场的存在和发展对我国整个文艺事业的发展繁荣的确有着多方面的积极作用和影响,比如:大大加强了艺术生产与消费的直接联系,使最偏僻的乡镇也能看到第一流的演出;市场竞争机制在一定范围内推动了文艺观念的开拓(象对娱乐功能的重视)和艺术方法的创新;消费者的冷淡导致了创作中模仿西方的“现代派热”和脱离群众、淡化时代生活色彩的“空灵热”的降温;市场供求关系的变化抑制了戏曲团体的盲目增加,推动了一些现代艺术门类和团体的发展;市场需求信息引发了音乐茶座等演出形式的出现;整个文化市场的发展推动了文艺管理体制的改革,等等。凡此种种,都是人们有目共睹的(当然,市场对文艺发展的作用还有另一面,即起消极作用的一面,这在后面要谈到)。如果人们不能否认这些事实,也不愿取消文化市场,拒绝文化市场的积极作用,又怎么能否认我国现阶段绝大多数文艺作品具有商品属性的一面呢?

以上所说,都是就纯属精神生产部门的文艺门类即文学、戏剧、电影、电视剧、美术、音乐、舞蹈、曲艺、摄影艺术、杂技等来讲的。至于象工艺美术、装饰艺术、建筑艺术、园林艺术等广义的艺术门类的作品,本来就有作为物质商品的一面,甚至首先是作为物质商品而生产和交换的,它们具有商品属性就是不容置疑的。它们不是本文所要分析的主要对象,这里只能从略了。

同时,文艺又确有非商品性的一面,在我们这个社会主义国家里,尤其是如此。这也可以从四个方面来考察:

(1) “商品是天然的平等派”(马克思)。按照严格平等派的要求,商品的使用价值在满足不同消费者需要时应当起同样的作用,因而所有消费者对它才有同一的衡量标准,商品之间也才能进行完全平等的竞争;而文艺作品的使用价值对不同的消费对象则会起不同的作用,因而不同的消费对象对它没有完全同一的衡量标准,作品之间很难进行完全平等的竞争。

物质产品作为商品,其使用价值是一种物的有用性,不带社会倾向性、思想倾向性和阶级性。马克思说得好:“我们从小麦的滋味中尝不出种植小麦的人是俄国的农奴,法国的小农,还是英国的资本家。使用价值虽然是社会需要的对象,因而处于社会联系之中,但是并不反映任何社会生产关系。”(《政治经济学批判》中译本第12页)即使是最现代化的电冰箱、计算机,其功能也不因用户的不同而有差别,反过来所有消费者对它的衡量标准都是同一的,因而它能超越阶层、阶级、国家、民族的界限进行完全平等的竞争。而文艺作品则带着作者所属的阶层、阶级、国家、民族等社会身份的“滋味”,它的使用价值是一种精神的有用性(满足人们认识的、审美的、娱乐的、消遣的等诸多方面的需要),其中既有全人类精神上共通的东西,又有各自不同的社会倾向性、思想倾向性,相当一些还有各自不同的阶级性,它对不同的对象可能有某种相同的作用,同时又会起不同的作用。不同阶层、阶级、国家、民族乃至不同职业和宗教信仰的人用来衡量文艺作品的标准中,即可能有某种相同的因素,又会有不同乃至对立的东西。正因如此,同是鲁迅的作品,革命者视若至宝,蒋介石却下令查禁。也正因为如此,当代世界各种文艺评奖各有自己的不同评奖标准,西方有的评奖就是专门奖励“西方的宠儿,东方的叛徒”;在我国国内获奖的优秀作品拿到西方有些会受到冷落,而在西方获奖的中国作品并不一定是我国最优秀的作品,不值得那么大吹大擂。文艺作品不可能在超越阶

层、阶级、国家、民族界限的范围内进行完全平等的竞争，这也是一个任何人都无法否认的现实。也就是说，文艺作品不是严格意义上的“天然的平等派”，不是严格意义上的商品。

(2) 在严格意义上的商品生产中，生产每件产品的社会必要劳动时间应当而且可以精确计算，因而商品的价值和使用价值也可以用同一等价物即货币来精确表示和衡量；而在真正的艺术创造中，创造一个作品的社会必要劳动时间却无法精确计算，作品的价值和使用价值也很难用货币来精确表示和衡量。

在一定的历史阶段，在一定的条件下，生产某种水平的一件物质商品所需要的社会必要劳动时间是能够精确计算的，因而商品的价值和使用价值也能用货币来精确衡量，而精确地计算包括劳动量在内的成本和生产结果是严格意义上的商品生产的重要特征，是参加商品竞争的重要条件。而且，越是现代化的商品生产，越是要求标准化和批量化。但真正的艺术创造则不然。如马克思所说：“在一定的生产条件下，人们能准确地知道，做一张桌子，需要多少工人，制成某种产品，需要某种劳动量应多大。许多‘非物质产品’的情况却不是这样。这里，达到某种结果所需要的某种劳动量应多大，和结果本身一样，要靠猜测。”（《马克思恩格斯全集》中译本第26卷第1分册第276页）当然，这并不意味着文艺创作可以根本不考虑所用必要劳动时间，特别是在一些集体合作的创作（如排戏、拍电影）中，更不能无视劳动时间问题。也如马克思所说：如果想合理地行动，难道在确定精神作品的规模、结构和布局时就不需要考虑生产该作品所必需的时间？然而，这种对所需劳动时间的考虑和计算毕竟只能是一种大概的估计和猜测，不可能精确。因为，艺术创造是一种最复杂最独特又最具随机性的精神劳动，不仅不同门类的艺术创造（如绘画和作曲）之间的社会必要劳动时间无法精确比较，同一门类的不同艺术家（如茅盾和老舍）之间创作一部作品的必要劳动时间

也难以精确比较，就算是同一个作家艺术家在同条件下创造一个作品的必要劳动时间也不好作精确对比。任何一个真正艺术作品的创造，不但凝结着作家艺术家的全部生活体验、知识积累和艺术功力，还渗透着作者的人格力量，并受着创作时的生活状况、身体情况、心理态势和具体环境的制约，它是永远不能重复的，最忌标准化（模式化）和批量化。有谁能精确算出写一部《红楼梦》究竟应当用多少社会必要劳动时间？与此相联系，文艺作品的价值和使用价值的大小可以作大概的估计和比较，但要用货币来精确表示是做不到的。谁能精确算出《阿Q正传》到底值多少钱？《高山下的花环》的作者应该得多少稿费才合理？所以，艺术生产不符合严格的商品生产的要求，不是严格意义上的商品生产。

（3）严格意义上的商品生产，从整体上讲完全是为交换而生产的；而一切真正的艺术生产虽然在客观上也有着为交换而生产（出卖作品以交换别的物品）的一面，但从根本上说来则是作家艺术家的艺术创造力的生动表现，在我国社会主义条件下，更是作家艺术家的创造本性和艺术良心的合乎规律的表现。

为交换而生产，这不仅是商品生产的客观逻辑，而且是商品生产者的主观意愿。在我国，社会主义商品生产的性质与资本主义条件下的商品生产有着原则的差别，但为交换而生产这一点同样是所有商品生产者的主体意识中都明确的（至于利用这种交换的结果来追求什么最终目标，那是另一个问题）。艺术生产则与之不同。诚然，如前所述，作家艺术家在客观上也有将作品出售以交换别种物品的一面；但从主观上讲、从根本上说，作家艺术家的创作是他的生活、情感、艺术积累达到一定程度时的必然行动，是他的艺术创造力的自然流露。马克思说得很精彩：“弥尔顿出于同春蚕吐丝一样的必要而创作《失乐园》。那是他的天性的生动表现。”（《马克思恩格斯全集》第26卷第1分册第432页）弥

尔顿是如此，一切真正的作家艺术家都是如此：如果没有创作积累和创作冲动，即使有优厚的交换条件，他也绝不会去硬写；而只要有了创作积累和创作冲动，即使作品写出来卖不出去，没有报酬，他也要创作。“作家当然必须挣钱才能生活，写作，但他决不应该为了挣钱而生活，写作。……诗一旦变成诗人的手段，诗人就不成其为诗人了。”（《马克思恩格斯全集》中译本第1卷第86—87页）也正是在这种意义上，马克思指出，“资本主义生产就同某些精神生产部门如艺术和诗歌相敌对”，“纯粹为交换而进行，因而纯粹生产商品”是“非物质生产领域中的资本主义表现。”（《马克思恩格斯全集》第26卷第1分册第296、442页）在我国社会主义制度下，有马克思主义的思想武装，有“文艺为人民服务，为社会主义服务”的方针的指引，每个真正的严肃的作家艺术家应当也能够更好地按艺术创作规律搞创作，凭社会主义文艺家的艺术良心去创作，而不应纯粹为交换而创作（即纯粹看市场行情而创作），不应纯粹生产商品，更不应纯粹为挣钱而创作。因此从这个层次上讲，艺术创造规律越是受到尊重，作家艺术家的思想素质和业务素质越是提高，“二为”和“双百”方针越是得到深入贯彻，艺术生产性质与商品生产性质的内在差别也就越大。

（4）严格意义上的商品交换是一种等价交换，商品经济越是发达，等价交换实现的程度也就越高；而文艺作品出售时在相当大的程度上却很难实现等价交换，价格与价值背离的现象将是长期存在的。

在严格意义上的商品交换中，商品的价值是其交换价值的基础，使用价值是交换价值的物质承担者，虽然某一次具体交换的价格可能偏低或偏高，但整体说来价格总是围绕着价值上下浮动。一切物质商品的交换都是如此，商品经济越是发达，价格围绕着价值上下浮动的幅度也就越小。但文艺作品在通过文化市场

提供给它的消费者时，价值、使用价值与交换价值、价格之间则既有互相一致的一面，也有互相脱节乃至背离的一面。从总体上说，二者基本一致乃至完全一致的情况并不很多，而二者不同程度脱节乃至背离的现象则是相当普遍的存在着，因此不能算是一种真正的等价交换。在我国社会主义的条件下，在有中国特色的文化市场上，交换中的不等价现象与资本主义国家相比在某些方面有所减少，但仍是大量存在的，由于种种历史原因，有些问题甚至比西方国家更为严重。比如，质量最好的严肃小说稿的稿费每千字最高只有30元，而质量低劣的武侠小说的稿费却早就达到每千字50元乃至80元；第一流的歌剧演出，每张门票最多不超过几元，而水平很低的流行歌曲演出的票价却高达几十元；中国美术馆的各种高水平美术创作展览的每张参观券只有两角，而水平不高并且有很多作品属于写生习作的人体油画展的参观券却高达每张两元！诸如此类，人所共见，无需一一列举。如果人们不想否认这一铁的事实，那也就应当承认文艺作品不是严格意义上的商品。

综合以上两个方面的分析可以看出：在我国现阶段的历史条件下，绝大多数文艺作品的商品属性和非商品属性都是客观存在。矛盾，然而事实。以“是即是，非即非”的思维方式看问题，用这一面的存在去否定另一面的存在，硬要简单地笼统地说文艺是商品或不是商品，虽然痛快，但却都是不符合实际的、不科学的。

那末，究竟应当怎样从总体上辩证地把握现阶段我国文艺的这种两重性呢？笔者以为，关键是要区分不同的范围和层次。作为一种初步尝试，笔者在这里作这样的概括：在我国现阶段，从最简单的商品定义讲，绝大多数文艺作品可以说是商品，从严格的发达的商品定义来要求，文艺作品不是商品；从其物化存在形态和流通形式讲，文艺是商品；从它作为最独特的精神创造结晶